

2015

Bilancio di Sostenibilità

LETTERA DEL PRESIDENTE

Qualche anno fa il New Yorker pubblicava questa vignetta. C'è un uomo dietro la sua scrivania, l'amministratore delegato di un'azienda e davanti a lui siede un collaboratore. Questi gli ha appena suggerito una qualche nuova soluzione. "Quello che mi propone è un approccio davvero innovativo", spiega il CEO al suo collaboratore, "Ma temo che non lo si possa prendere in considerazione: non è mai stato fatto prima!".

Bene, l'innovazione è proprio questo: immaginare soluzioni nuove, spezzare le prassi consolidate, che si tratti di prodotti, processi di produzione, strategie commerciali. Non ha senso fare le cose in un certo modo perché le si è sempre fatte in quel modo. Nel mondo di oggi, un'azienda di successo è un'azienda che non rinuncia a mettere in discussione il suo stesso passato.

Noi ragioniamo così, siamo un'azienda che vuole mettersi in discussione e che ha le capacità per farlo perché è nel nostro DNA ed è parte del nostro bagaglio culturale.

Viviamo in un contesto fortemente competitivo, sulla frontiera dell'innovazione. Operiamo in un ambito nel quale, sia sul versante dell'elettronica di consumo che su quello dei servizi internet, non passa giorno che non si presentino entusiasmanti novità. Continuiamo a chiamarlo "telefono" ma il nostro smartphone, oggi, fa cose che solo cinque anni fa non sembravano neppure possibili. Telecom Italia fa lo stesso mestiere di sempre: mette in comunicazione le persone. Ma lo deve fare, ora, in modo radicalmente differente da cinque anni fa e fra cinque anni lo farà in modo molto diverso da oggi.

La nostra non è una leadership che possa fondarsi solo sul passato: non siamo più i cauti amministratori del legato del monopolio. Oggi giorno combattiamo la gara della concorrenza e ci misuriamo quotidianamente con i nostri competitors, imparando gli uni dagli altri.

E dato che da sempre ci occupiamo di mettere in connessione cose e persone, siamo stati capaci di vedere, forse prima e più di altri, le interdipendenze tra sostenibilità economica, sociale, ambientale e umana nel fare impresa. Abbiamo per questo sviluppato una sensibilità, per la Responsabilità Sociale d'Impresa, un po' diversa da quella di altre aziende. Tra i primi abbiamo riconosciuto che il conseguimento degli interessi di tutti i nostri stakeholder alimenta in maniera sinergica l'obiettivo della creazione di valore. Ed è proprio da questo principio che nasce il termine "valore condiviso" che guida le nostre azioni.

Sappiamo che per esprimere al massimo il nostro potenziale dobbiamo ampliare lo sguardo: considerare l'impatto degli investimenti sulla comunità, chiederci in che maniera le nuove tecnologie condizioneranno la capacità d'apprendimento dei nostri figli, "includere" quante più persone possibili nella grande conversazione dell'era digitale.

Siamo una grande azienda, capace di grandi e significativi investimenti. Nelle nuove tecnologie, nella banda larga, nella sicurezza informatica, sì, ma anche in progetti di natura sociale, civica e culturale, dimensioni che investono la vita quotidiana di tutti noi sotto molteplici punti di vista.

La nostra ambizione è costruire un profitto sostenibile nel lungo periodo, a vantaggio di tutti e il nostro impegno nell'adozione dei principi del Global Compact – che mira a creare un'economia globale inclusiva e sostenibile, capace di produrre benefici durevoli per le persone, le comunità e il mercato – va in questa direzione.

Stiamo avviando un ambizioso progetto di semplificazione e *smart working* e siamo impegnati seriamente nel garantire il rispetto dei Diritti Umani, nella lotta alla corruzione e nello sviluppo del potenziale delle persone dentro e fuori dalla nostra organizzazione. Siamo convinti che le condizioni di lavoro dei nostri collaboratori debbano consentire loro di dare davvero il massimo: per questo, vogliamo che siano, per tutti, le migliori possibili.

Telecom Italia è un'azienda profondamente italiana. Lo è perché sono italiani le donne e gli uomini che ci lavorano, lo è perché sono italiani le competenze, il *know how* ma lo è ancora di più perché gli effetti di quello che facciamo ogni giorno si riversano in maniera importante sull'intero contesto sociale ed economico italiano. Altrettanto italiani sono la creatività, la passione, la voglia di innovazione che nel nostro Paese hanno sempre trovato espressione, da Leonardo e Guglielmo Marconi, Alfonso Bialetti e Federico Faggin. Ma ci piace anche pensare di essere un pezzo di Silicon Valley in Italia. Perché in Telecom il cambiamento non è episodico, non è casuale: il cambiamento è la filosofia aziendale.

La spinta innovativa di cui siamo portatori è intrinsecamente legata all'evoluzione della società in cui viviamo. L'attività del nostro Gruppo è creare reti e servizi di comunicazione. Significa permettere a persone e imprese di condividere e realizzare idee e progetti che nessuno sarebbe in grado di realizzare da solo. Questa è la vera essenza di quello che facciamo: mettere ciascuno di noi in grado di comunicare con gli altri per sentirsi parte di qualcosa di più grande.



Giuseppe Recchi

INDICE



Gruppo Telecom Italia

| 6

Profilo del Gruppo	7
Sistema di Corporate Governance	9
Principali dati di performance economica e valore economico generato e distribuito	20
Contesto di riferimento	24



Essere sostenibili in Telecom Italia

| 35

Diritti Umani	36
Opportunità e rischi socio-ambientali delle operazioni del Gruppo	42
Enterprise Risk Management system	44
Sistema di gestione della Business Continuity	45



Corporate Shared Value: l'approccio strategico alla sostenibilità di Telecom Italia

| 47

Governance della sostenibilità	50
Posizionamento negli indici e altri riconoscimenti	51
Stakeholder engagement	52
Analisi di materialità	58
Aree strategiche di intervento per la creazione di Corporate Shared Value	61



Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale

| 64

Rilevanza strategica di Telecom Italia	65
Clienti del Gruppo	71
Ricerca e sviluppo e servizi innovativi	84
Sostenibilità lungo la catena di fornitura	96
Progetti di Corporate Share Value Italia e Brasile	101



Tutela dell'ambiente

| 117

Cambiamento climatico	119
Performance ambientale	123
TIM eco-friendly	133
Progetti di Corporate Shared Value	135



Cultura digitale

| 139

Rapporti con le comunità locali	142
Progetti di Corporate Shared Value	148



Le persone di Telecom Italia

| 157

I numeri di sintesi	160
Equità di genere	162
People caring	163
Sviluppo e nuove competenze	166
Collaborazioni con le università, formazione e knowledge management	169
Comunicazione interna	175
Tutela della salute e della sicurezza	177
Relazioni industriali	180
Politica di remunerazione	182
Segnalazioni pervenute tramite la procedura per il controllo interno	184
Progetti di Corporate Shared Value	185
Appendice – Tabelle di dettaglio	188



Fondazione Telecom Italia

| 195

Appendice

| 199

Risultati 2014 e 2015	200
Obiettivi 2016	203
GRI Content Index	207

Nota metodologica

| 213

Relazione della società di revisione

| 214



GRUPPO TELECOM ITALIA



PROFILO DEL GRUPPO

[G4-3] Il Gruppo Telecom Italia offre servizi di comunicazioni fisse e mobili e soluzioni ICT¹. In Italia, il Gruppo gestisce la più grande infrastruttura di rete fissa, per voce e dati, diffusa in modo capillare su tutto il territorio e fornisce una delle piattaforme di rete mobile più estesa e avanzata del Paese. **[G4-6]** La leadership domestica è accompagnata da una significativa presenza internazionale in Sud America, in particolare in Brasile. **[G4-17a]** Per il dettaglio dei Paesi in cui Telecom Italia è attiva si rimanda alla Nota 45 del Bilancio Consolidato del Gruppo nella quale sono anche elencate le imprese del Gruppo suddivise per modalità di consolidamento. **[G4-13], [G4-22]** Nel corso del 2015 non si sono registrate variazioni significative nelle operazioni e nel perimetro di consolidamento; per un dettaglio delle variazioni intervenute si rimanda alle Note 1 e 3 del Bilancio Consolidato del Gruppo. Nell'arco dell'ultimo triennio tra le principali variazioni si segnalano l'iscrizione del Gruppo Sofora – Telecom Argentina tra le discontinued operations, la cessione delle attività in capo a La7 S.r.l. e della partecipazione nel Gruppo MTV oltre alla creazione di INWIT S.p.A., quotata alla Borsa Valori di Milano, che opera nel settore delle infrastrutture per le comunicazioni elettroniche, nello specifico in quelle dedicate all'ospitalità di apparati di trasmissione radio per le reti di telefonia mobile sia di Telecom Italia sia di altri operatori.

Telecom Italia mette a disposizione del Paese infrastrutture innovative, competenze informatiche, prodotti, servizi e soluzioni ICT in risposta ai bisogni della società. Tale impegno è consolidato dalla partecipazione attiva al raggiungimento degli obiettivi di digitalizzazione del Paese definiti dall'Agenda Digitale Italiana, sviluppata dal Governo a recepimento delle direttive poste dall'UE per la realizzazione dell'Agenda Digitale Europea.

All'interno di Telecom Italia è stata costituita la funzione Corporate Shared Value – CSV – che, partendo dall'analisi dei principali bisogni del Paese, ha identificato tre aree di intervento in grado di dare una risposta a tali bisogni, attraverso tecnologie, competenze e specifiche progettualità. Le tre aree individuate sono:

- digitalizzazione, connettività e innovazione sociale
- tutela dell'ambiente
- cultura digitale

All'interno delle tre aree sono stati inseriti i primi 17 progetti² la cui valorizzazione è stimata applicando le metriche del modello di CSV in Italia e in Brasile; la sintesi è riportata nel capitolo *Corporate Shared Value*.

[G4-8] [G4-9] Tutte le attività del Gruppo sono riconducibili alle seguenti Business Unit:

- **“Domestic”** opera prevalentemente in Italia, nell'ambito dei servizi di fonia e dati su rete fissa e mobile per i clienti finali (retail) e altri operatori (national wholesale) oltre che nel settore dei prodotti e servizi per l'information technology in ambito domestico. La Business Unit comprende anche le attività di INWIT S.p.A. e, in campo internazionale, le attività relative allo sviluppo delle reti in fibra ottica (international wholesale) in Europa, nel Mediterraneo e in Sud America;
- **“Brasile”** (Gruppo TIM Brasil) offre servizi di telecomunicazioni mobili. Inoltre, con le acquisizioni di alcuni operatori fissi, offre servizi di trasmissione dati su fibra ottica e servizi di banda larga residenziali;
- **“Media”** opera nella gestione dei multiplex digitali attraverso Persidera S.p.A.;
- **“Altre attività”** comprende le imprese finanziarie e le altre società minori non strettamente legate al “core business” del Gruppo.

¹ [G4-3] Per informazioni di carattere generale sulla forma del Gruppo, si veda il Bilancio Consolidato del Gruppo Telecom Italia, Nota 1.

² 2 progetti sono inseriti nel capitolo Le persone di Telecom Italia.



Principali brand del Gruppo

[G4-4] [G4-8] I principali brand commercializzano servizi e prodotti in ambito fonia/dati e nell'information technology, per clienti residenziali, business, Pubblica Amministrazione, operatori nazionali e internazionali. Inoltre, il Gruppo fornisce capacità trasmissiva e soluzioni tecnologiche per gli operatori del settore televisivo.

TIM è il brand unico del Gruppo che opera nel mercato domestico offrendo servizi di telefonia fissa e mobile, internet, contenuti digitali e servizi cloud. TIM accompagna l'Italia verso il traguardo della piena digitalizzazione, grazie alla realizzazione delle infrastrutture di rete ultrabroadband e alla diffusione dei servizi di ultima generazione. In **Brasile** TIM commercializza servizi mobili e di internet in mobilità oltre che servizi fissi.

Tramite il brand **Sparkle**, il Gruppo offre soluzioni voce, dati e internet internazionali agli operatori di telecomunicazioni fissi e mobili, agli Internet Service Provider/Application Service Provider, content e media player e alle aziende multinazionali.

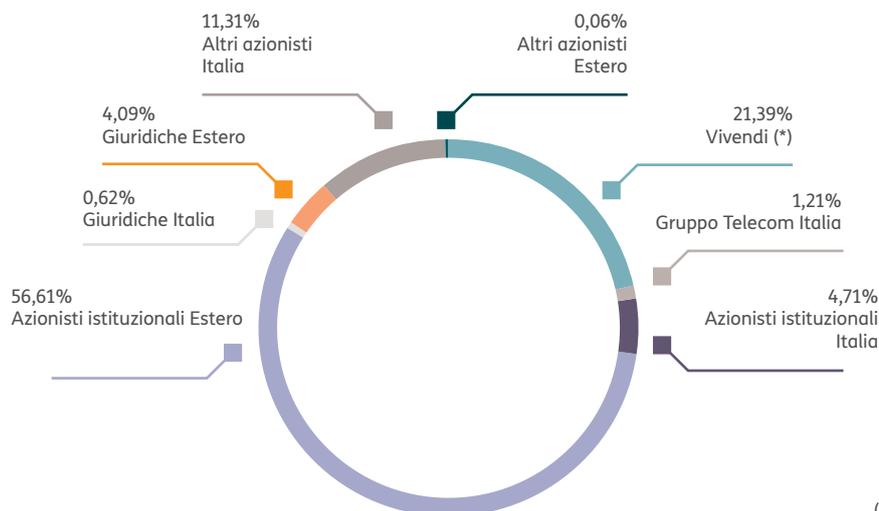
Il brand **Olivetti** commercializza prodotti e servizi legati all'information technology per clientela residenziale e business.

Persidera offre capacità trasmissiva in tecnica digitale terrestre e soluzioni tecnologiche ai principali editori televisivi operanti nel mercato domestico. Infine **INWIT** è la tower company del Gruppo.

Principali azionisti di Telecom Italia S.p.A.

[G4-7] Telecom Italia è una società per azioni organizzata secondo l'ordinamento giuridico della Repubblica Italiana¹, **[G4-5]** dove ha sede la Capogruppo. **[G4-7]** L'azionista di riferimento al 31 dicembre 2015, risulta essere Vivendi S.A.² con il 21,39% del capitale ordinario, **[G4-13]** La composizione azionaria ha subito rilevanti cambiamenti nel corso del 2015 con l'ingresso dell'azionista francese³ e l'uscita di Telco S.p.A. e Findim Group S.A. La struttura del Patrimonio Netto e il numero di azioni in circolazione sono riportati nella Nota 14 del Bilancio Consolidato del Gruppo. Per maggiori informazioni su segnalazioni effettuate alla Consob riguardo a possessi azionari rilevanti si rimanda alla Relazione sulla gestione del Gruppo Telecom Italia.

Si riporta di seguito la composizione del capitale azionario al 31 dicembre 2015⁴.



(*) partecipazione diretta e indiretta

¹ **[G4-7]** Si veda anche il Bilancio Consolidato del Gruppo Telecom Italia, Nota 1.

² Partecipazione diretta e indiretta.

³ **[G4-7]** Per dettagli, si veda anche la Relazione sulla gestione del Gruppo Telecom Italia, Informazioni per gli investitori e paragrafo stakeholder engagement nel capitolo *Corporate Shared Value* **[G4-13]** del presente rapporto.

⁴ Fonte: Libro dei Soci al 31 dicembre 2015 integrato da comunicazioni ricevute e da altre informazioni a disposizione.



[G4-13] L'esame della composizione del capitale azionario nel triennio 2013–2015 evidenzia nel 2015, oltre al già citato ingresso di Vivendi S.A., un incremento della partecipazione degli investitori istituzionali esteri e italiani, rispettivamente pari a +5,1pp e + 0,9pp. La quota posseduta dalle persone giuridiche estere, nel triennio, si è leggermente ridotta (dal 4,4% del 2013 al 4,1% del 2015) così pure la partecipazione delle persone giuridiche Italia, passata dallo 0,8% del 2013 allo 0,6% del 2015.

Circa le categorie altri azionisti Italia e altri azionisti esteri, infine, si evidenzia una riduzione del possesso nel triennio; il movimento è marcato per gli altri investitori italiani (-4,5pp), lieve per gli altri investitori esteri.

SISTEMA DI CORPORATE GOVERNANCE

Sono di seguito brevemente illustrati alcuni aspetti della Corporate Governance del Gruppo particolarmente rilevanti (materiali) per la rendicontazione di sostenibilità secondo le linee guida GRI-G4. Per una descrizione più approfondita ed esaustiva si rimanda alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari dell'esercizio 2015 (d'ora in avanti "RGS"), alla Relazione sulla Remunerazione (d'ora in avanti "RR"), allo Statuto e alle procedure di Governance del Gruppo, disponibili sul sito telecomitalia.com.

[G4-34], [G4-35], [G4-40] Il Consiglio di Amministrazione del Gruppo è nominato dall'Assemblea degli Azionisti sulla base di liste presentate da aventi diritto di voto che complessivamente posseggano almeno lo 0,5% del capitale ordinario (ovvero la diversa misura richiesta dalla disciplina regolamentare emanata dalla Consob). L'attuale Consiglio di Amministrazione è stato nominato dall'Assemblea del 16 aprile 2014. Nel mese di dicembre 2015 il numero di Consiglieri è passato da 13 a 17 con la nomina di 4 Consiglieri su richiesta dell'azionista di riferimento Vivendi S.A..

[G4-38], [G4-40] L'unico stakeholder rappresentato in Consiglio è quindi l'azionariato. L'attribuzione (e la revoca) delle deleghe agli Amministratori è riservata al Consiglio, che ne definisce l'oggetto, i limiti e le modalità di esercizio.

[G4-40] Lo Statuto del Gruppo richiede che gli esponenti del genere meno rappresentato siano almeno un terzo del totale dei consiglieri, con arrotondamento, in caso di numero frazionario, all'unità superiore. L'indipendenza di un numero minimo di consiglieri è richiesta dalla legge (Testo Unico della Finanza) sulla base della composizione complessiva del Consiglio; la stessa legge e il Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana definiscono anche i criteri di indipendenza degli Amministratori. Con modifica introdotta nel maggio 2015, nello statuto di Telecom Italia è stato inserito un principio d'indipendenza, in sede di rinnovo del Consiglio di Amministrazione, di almeno la metà dei candidati e degli eletti di ciascuna lista. Il riferimento è fatto alternativamente ai requisiti d'indipendenza legali o del Codice di autodisciplina redatto dal Comitato per la Corporate Governance di Borsa Italiana, al quale Telecom Italia aderisce.

[G4-40] Nell'esprimere il proprio parere di orientamento ai soci, in vista dell'Assemblea di rinnovo dell'organo amministrativo, avvenuto con l'assemblea del 16 aprile 2014, il Consiglio di Amministrazione uscente si era espresso su alcuni desiderata relativi al nuovo Consiglio, tra cui:

- le competenze di cui si riteneva opportuna la presenza erano la conoscenza del settore telecomunicazioni e/o information technology (anche sotto il profilo della regolazione), o comunque di business contigui, l'indirizzo strategico, la finanza, la comunicazione e l'organizzazione, la gestione dei rischi e il controllo interno. In termini di background professionale, si reputava da prediligere l'estrazione manageriale (in primis: CEO o CFO di aziende di dimensioni importanti), ma era giudicato utile anche il contributo di accademici esperti di finanza e fiscalità, rischi, diritto o del settore tecnico di operatività del Gruppo;
- era auspicata un'apertura internazionale, mediante l'inserimento in lista di candidati non italiani, ovvero di soggetti che avessero maturato un'esperienza professionale all'estero;
- delle varie componenti andava assicurato un mix equilibrato, in quanto la compresenza di competenze ed esperienze diversificate assicura la complementarietà dei profili professionali e favorisce la dialettica e l'efficiente funzionamento del Consiglio, nella consapevolezza che le competenze specialistiche possono essere contribute dalle strutture interne ovvero, in caso di necessità, da consulenti esterni, e che le complessità delle dinamiche da gestire suggeriscono piuttosto una preventiva esperienza dei candidati all'interno di organi consiliari di società quotate (cfr. *Proposte Deliberative - Assemblea degli Azionisti del 16 aprile 2014*, disponibile sul sito telecomitalia.com).



[G4-38] Il Consiglio di Amministrazione in carica è composto da 16 membri, di cui 9 indipendenti. Dei componenti del Consiglio, 6 sono donne, e il genere femminile è l'unico sottogruppo sociale rappresentato. La tabella 2 "Struttura del Consiglio di Amministrazione e dei Comitati e altri incarichi ricoperti" contenuta in RGS indica, per ciascun amministratore, la durata dell'incarico, i comitati di appartenenza, il numero e la natura di altri incarichi, la lista di appartenenza (indicando "LSGR" in caso di nomina con voto di lista e candidatura da parte della Lista SGR e Investitori Istituzionali, indicando "LT" in caso di nomina con voto di lista e candidatura da parte della Lista Telco ovvero "T" in caso di originaria candidatura nella Lista Telco ma nomina a parte dell'Assemblea con modalità di voto ordinaria, indicando "V" in caso di nomina di candidati proposti dal socio Vivendi S.A., avvenuta nel corso dell'Assemblea degli azionisti del 15 dicembre 2015), l'eventuale indipendenza, l'esecutività/non esecutività. I curricula di ciascun Amministratore sono disponibili sul sito telecomitalia.com canale *Il Gruppo*, sezione *Sistema di Governance/Organi Sociali*. Le competenze in campo economico dei Consiglieri spaziano dall'insegnamento universitario, agli studi universitari e post universitari, alla preparazione specifica nel settore fusioni e acquisizioni, ad esperienze presso l'Autorità di vigilanza del mercato borsistico e all'apice di grandi aziende. Un Amministratore ha dichiarato inoltre di aver seguito progetti su temi attinenti alla sostenibilità. **[G4-47]** Nel 2015 si sono tenute 13 riunioni del Consiglio di Amministrazione.

[G4-43] I Consiglieri partecipano a specifici incontri con il management o con consulenti esterni, finalizzati a fornire un'adeguata conoscenza del settore di attività in cui opera l'Azienda, delle dinamiche aziendali e della loro evoluzione. Si organizzano colazioni di lavoro, workshop sulle nuove tecnologie, incontri formativo-informativi in vista delle riunioni strategiche. L'aggiornamento rispetto al quadro normativo di riferimento è oggetto di specifiche note informative. Nel corso dell'anno i Consiglieri hanno partecipato ad un incontro specifico su temi di sostenibilità che ha visto la partecipazione di un esperto sul tema del Gruppo KPMG oltre che della responsabile della funzione di Corporate Shared Value. Come accaduto nel 2015, anche per il 2016 sono previsti incontri specifici sulla sostenibilità.

[G4-34], [G4-40] Attualmente i comitati costituiti all'interno del Consiglio sono il Comitato per il Controllo e i Rischi e il Comitato per le Nomine e la Remunerazione. L'eventuale conclusione di operazioni rilevanti con parti correlate è soggetta all'istruttoria del Comitato per il controllo e i rischi in caso di operazioni di minore rilevanza, ovvero di un Comitato composto da tutti gli Amministratori indipendenti in caso di operazioni di maggiore rilevanza. Il processo di selezione e nomina dei membri del comitato, così come i requisiti di indipendenza e di competenza, sono descritti nel Regolamento Comitato Nomine e Remunerazione e nel Regolamento Comitato Controllo e Rischi, disponibili sul sito telecomitalia.com

[G4-44a] L'autovalutazione della dimensione, della composizione e del funzionamento del Consiglio e dei suoi Comitati, per il 2015, è stata effettuata tramite un questionario articolato su cinque blocchi di domande relative (i) alla composizione del board e dei comitati interni; (ii) agli items trattati, nonché alla frequenza e modalità di preparazione della riunione; (iii) al processo istruttorio ed all'iter decisionale; (iv) alle iniziative di induction e formazione rivolte ai Consiglieri; (v) all'analisi dei progressi registrati rispetto alla precedente autovalutazione. La board review viene effettuata (dal 2005) con cadenza annuale: per l'esercizio 2015, considerato che non si rendeva necessario esprimere agli Azionisti orientamenti in vista del rinnovo e al fine di garantire l'indipendenza del processo di assessment, l'autovalutazione è stata effettuata dai Consiglieri tramite la compilazione di un questionario online (per l'accesso da remoto). Le risultanze della board review sono state quindi discusse prima nel Comitato per le Nomine e la Remunerazione e poi nel plenum consiliare, commentando punti di forza e aree di miglioramento, in prospettiva di continuous improvement.

[G4-44b] Maggiori informazioni sulle modalità e le risultanze dell'assessment sono illustrate in RGS. Nell'autovalutazione del 2015 non sono state affrontate tematiche di sostenibilità.

[G4-35], [G4-36], [G4-39], [G4-42] L'Assemblea del 16 aprile 2014 ha nominato Presidente Giuseppe Recchi e nella successiva riunione del Consiglio di Amministrazione del 18 aprile Marco Patuano è stato nominato Amministratore Delegato. Successivamente, in data 22 marzo 2016 Marco Patuano ha rassegnato le dimissioni ed il Consiglio di Amministrazione in data 30 marzo 2016 ha nominato Amministratore Delegato il consigliere Flavio Cattaneo. Il Consiglio di Amministrazione, reputando coerente la propria composizione attuale, proporrà all'Assemblea degli azionisti convocata per il 25 maggio 2016, la riduzione del numero dei consiglieri da 17 a 16.

Sempre in data 30 marzo 2016, il Consiglio, ha aggiornato le deleghe attribuite ai due Amministratori Esecutivi.

Tra le deleghe e i poteri attribuiti al Presidente, si menzionano:

- l'identificazione delle linee guida dello sviluppo del Gruppo, d'intesa con l'Amministratore Delegato, con poteri di



- individuazione e analisi di operazioni straordinarie;
- la supervisione dell'elaborazione dei piani strategici, industriali e finanziari, della loro realizzazione e del loro sviluppo nonché la verifica dell'attuazione delle delibere consiliari;
 - la supervisione della definizione degli assetti organizzativi e il potere di organizzazione e dimensionamento del personale e delle risorse necessarie per l'esercizio delle proprie funzioni, avvalendosi direttamente della funzione People Value che riporta all'Amministratore Delegato;
 - la supervisione dell'andamento economico e finanziario della società e del Gruppo;
 - la supervisione del processo di esame e definizione delle linee del sistema di controllo interno;
 - la supervisione in materia di security e sulla società Telecom Italia Sparkle;
 - la rappresentanza della società e del Gruppo nei rapporti esterni con tutte le Autorità, le Istituzioni italiane e internazionali e gli investitori (fermo restando che la funzione Investor Relations riporta all'Amministratore Delegato);
 - la responsabilità organizzativa delle seguenti funzioni a suo diretto riporto:
 - ◆ Legal Affairs (ferma la facoltà dell'Amministratore Delegato di avvalersi della funzione Legal Affairs per il necessario supporto nella gestione operativa);
 - ◆ Institutional Communication (ferma la facoltà dell'Amministratore Delegato di avvalersi dell'Ufficio Stampa per il necessario supporto nella gestione operativa coordinandosi con il Presidente Esecutivo);
 - ◆ Public Affairs;
 - la responsabilità della funzione Brand Strategy and Media;
 - la responsabilità organizzativa della funzione Corporate Shared Value (CSV) ([G4-48] inclusa la responsabilità della redazione del Bilancio di sostenibilità) e il governo della Fondazione Telecom Italia.

[G4-35], [G4-36], [G4-42] Tra le deleghe e i poteri attribuiti all'Amministratore Delegato, si menzionano:

- la responsabilità delle attività di amministrazione (ivi inclusa la redazione del Bilancio d'Esercizio) di finanza ordinaria e straordinaria, fiscalità, controllo di gestione e Investor Relations;
- la responsabilità di definire, proporre al Consiglio di Amministrazione e quindi attuare e sviluppare i piani strategici, industriali e finanziari;
- la responsabilità di definire gli assetti organizzativi, le politiche del personale e le relazioni con le organizzazioni sindacali;
- tutte le responsabilità organizzative per garantire la gestione e lo sviluppo del business in Italia e in Sud America;
- la responsabilità della disclosure al mercato, con riferimento alla società;
- la responsabilità di "datore di lavoro" ai fini della responsabilità per la sicurezza e la salute dei lavoratori sui luoghi di lavoro, con riferimento alla società;
- responsabilità e poteri in materia di trattamento e protezione dei dati personali, con riferimento alla società.

[G4-35], [G4-36] Il sistema di deleghe dei poteri da parte degli amministratori esecutivi (Presidente e Amministratore Delegato) alle funzioni a loro riporto è oggetto di una apposita procedura aziendale che stabilisce le modalità attraverso cui tale sistema deve essere implementato (Conferimento e Revoca Procure). Le deleghe sono di norma conferite ai riporti diretti degli amministratori esecutivi e, in particolare, per le questioni di carattere economico-finanziario, sono delegati i riporti dell'Amministratore Delegato che si occupano di tali materie, mentre per la sostenibilità è delegato il riporto del Presidente a capo della funzione CSV. I riporti diretti possono a loro volta delegare determinati poteri a specifiche funzioni; **[G4-37]** in particolare, sono conferite in questo modo le deleghe per la consultazione degli stakeholder (clienti, fornitori, Pubblica Amministrazione, dipendenti ecc., descritti nel paragrafo *Stakeholder Engagement* nel capitolo *Corporate Shared Value*).

[G4-41] La procedura aziendale per l'effettuazione delle operazioni con parti correlate¹, redatta in ottemperanza al Regolamento Consob n. 17221 del 12 marzo 2010, è sistematicamente aggiornata (l'ultima revisione è del 17 marzo 2016) ed

¹Per "parte correlata" e "parti correlate" di Telecom Italia si intendono i soggetti definiti come tali dal Regolamento Consob. A prescindere dalla loro qualificabilità come parti correlate ai sensi dei principi contabili, la Procedura si applica anche ai partecipanti a patti parasociali rilevanti ai sensi dell'art. 122 del Testo Unico della Finanza che disciplinano la candidatura alla carica di Consigliere di Amministrazione della Società, là dove dalla lista presentata dai partecipanti ai patti parasociali sia risultata tratta la maggioranza dei Consiglieri nominati.



è illustrata in RGS, cfr. *Interessi degli amministratori e operazioni con parti correlate*. La disclosure delle eventuali operazioni con parti correlate nel periodo di riferimento è inserita nella Relazione Finanziaria Annuale, capitolo Operazioni con parti correlate.

[G4-45], [G4-46], [G4-14] Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi è costituito dall'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte a consentire - attraverso un adeguato processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi - una conduzione dell'impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi prefissati. Il Consiglio di Amministrazione, in quanto responsabile del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, definisce le linee di indirizzo del sistema, verificandone l'adeguatezza, l'efficacia e il corretto funzionamento, così che i principali rischi aziendali (tra l'altro, quelli operativi, di compliance, economici, di natura finanziaria) siano correttamente identificati e gestiti nel tempo. L'istituzione e il mantenimento del sistema di controllo interno sono affidati agli Amministratori Esecutivi, ciascuno rispetto all'area delegata, e al Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili della Società per l'ambito di competenza, così da assicurare l'adeguatezza complessiva del sistema e la sua concreta funzionalità, in una prospettiva di tipo risk based, che viene considerata anche nella definizione dell'agenda dei lavori consiliari. Il coordinamento tra i soggetti coinvolti nel sistema di controllo interno e di gestione dei Rischi è illustrato in RGS.

Il sistema di controllo interno si completa con il c.d. "Modello Organizzativo 231", vale a dire un modello di organizzazione e gestione, adottato ai sensi del d.lgs. n. 231/2001 volto a prevenire la commissione dei reati che possono comportare una responsabilità della Società.

[G4-45], [G4-46], [G4-14] Il Gruppo Telecom Italia ha adottato un Modello di *Enterprise Risk Management* (di seguito ERM) che consente di individuare, valutare e gestire i rischi in modo omogeneo all'interno delle società del Gruppo, evidenziando potenziali sinergie tra gli attori coinvolti nella valutazione del Sistema di controllo interno. Particolare focus è posto sulla relazione tra il processo ERM e il processo di pianificazione industriale, in particolare nella proposizione del livello di rischio accettabile per il Gruppo (*Risk Appetite*) nonché nella sua declinazione nei livelli di scostamento accettabili sui principali obiettivi aziendali (*Risk Tolerance*).

Il processo è diretto dallo *Steering Committee* ERM che è presieduto e coordinato dal CFO. Lo *Steering Committee* assicura il governo della gestione dei rischi di Gruppo, finalizzato a garantire la continuità operativa del business monitorando l'efficacia delle contromisure adottate. Il processo ERM è progettato per individuare eventi potenziali che possano influire sull'attività d'impresa, per ricondurre il rischio entro limiti accettabili e per fornire una ragionevole sicurezza sul conseguimento degli obiettivi aziendali. Per maggiori dettagli si rimanda al capitolo Essere sostenibili in Telecom Italia, paragrafo L'Enterprise Risk Management system.

[G4-49], [G4-50], [G4-58] Dal mese di novembre 2015 è in vigore in Telecom Italia la nuova procedura segnalazioni ("Procedura *Whistleblowing*"), che prevede la gestione accentrata, a cura della Direzione Audit, di tutte le segnalazioni - comprese quelle di competenza del Collegio Sindacale, anche nel suo ruolo di Organismo di Vigilanza 231 - tramite un applicativo informatico, al quale i segnalanti possono accedere dalla intranet aziendale. Da febbraio 2016, tale canale di segnalazione è accessibile anche dal sito internet di Gruppo.

Le segnalazioni possono essere effettuate da qualsiasi dipendente, collaboratore, consulente, prestatore di lavoro, nonché terzo in rapporti d'affari con il Gruppo. Per ciascuna segnalazione il sistema assegna un codice identificativo univoco, che consente al segnalante di verificarne lo stato di lavorazione, in modo anonimo. Il presidio complessivo del Responsabile della Direzione Audit è orientato ad esprimere una valutazione in ordine alla capacità del Sistema di controllo interno di incidere sull'effettivo conseguimento degli obiettivi assegnati alle singole strutture aziendali (profilo dell'efficacia), tenuto conto del razionale impiego delle risorse per la loro realizzazione (profilo dell'efficienza), alla luce della presenza di fattori di rischio (quali/quantitativi) e della probabilità degli stessi di influenzare il raggiungimento di detti obiettivi.

[G4-57], [DMA Labor Practice Grievance Mechanisms] Come evidenziato nell'art. 4 del Codice Etico e di Condotta di Gruppo, richieste di chiarimenti sulla correttezza di comportamenti propri o altrui - ai fini della piena osservanza del Codice e dei suoi valori - devono essere indirizzati al responsabile della Direzione Audit di Telecom Italia S.p.A. o al responsabile della funzione Audit della società estera del Gruppo direttamente interessata, nel rispetto di specifiche procedure interne. **[G4-58]** Alle stesse figure, avvalendosi dell'apposita procedura *Whistleblowing*, i destinatari del Codice e quanti vi hanno aderito devono segnalare tempestivamente:



- eventuali violazioni, richieste o induzioni alla violazione di norme di legge o regolamento, di prescrizioni del Codice, di procedure interne, con riferimento alle attività e prestazioni di interesse del Gruppo;
- ogni irregolarità o negligenza nella tenuta della contabilità, nella conservazione della relativa documentazione, nell'adempimento degli obblighi di reportistica contabile o gestionale interna delle società del Gruppo.

Nessuna conseguenza negativa deriva in capo a chi abbia in buona fede effettuato una segnalazione.

È in ogni caso assicurata la riservatezza dell'identità dei segnalanti secondo apposite procedure interne, fatti salvi gli obblighi di legge. Nessun destinatario del Codice, collaboratore o terzo in rapporti di affari con il Gruppo, può essere soggetto a sanzioni o, comunque, può essere discriminato qualora rifiuti il compimento di atti o l'adozione di comportamenti ritenuti in buona fede in violazione del Codice, anche se tale rifiuto abbia determinato la perdita di un affare o altra conseguenza pregiudizievole per il business aziendale e/o di Gruppo. Anche la controllata brasiliana TIM Participações utilizza un sistema di ricezione delle segnalazioni basato su un form, accessibile anche dal sito internet della società, che consente di acquisire la segnalazione su una casella di posta elettronica, dotata di sistemi di sicurezza informatica, per la successiva gestione della medesima.

[G4-50] Nel 2015, attraverso la procedura di segnalazioni per il controllo interno sono arrivate 156 segnalazioni in Italia e 343 in Brasile, di cui la maggior parte riguardavano presunti disservizi. Il paragrafo *Diritti Umani* del capitolo *Essere sostenibili in Telecom Italia* e il paragrafo *Segnalazioni* pervenute tramite la procedura per il controllo interno del capitolo *Le persone di Telecom Italia* illustrano le segnalazioni pervenute relative a presunte violazioni dei diritti umani e del lavoro¹.

[G4-50] Nella Relazione del Collegio Sindacale viene indicato il numero di segnalazioni pervenute tramite la procedura di segnalazione al Collegio Sindacale e viene fornito un resoconto sugli accertamenti svolti dal Collegio stesso con il supporto del Group Compliance Officer (cfr. Relazione Finanziaria Annuale 2015). Nel corso del 2015 è pervenuta all'Organismo di Vigilanza una sola segnalazione, comunque non pertinente a Codice Etico, Diritti Umani e Modello Organizzativo 231.

[G4-51], [G4-52] La politica sulla remunerazione dei componenti del Consiglio di Amministrazione è definita in linea con le norme di legge e le previsioni statutarie in base alle quali:

- **[G4-53]** l'Assemblea degli azionisti determina il compenso globale annuo lordo del Consiglio di Amministrazione (non anche degli amministratori muniti di particolari cariche: Presidente e Amministratore Delegato); si esprime sulla prima sezione della Relazione sulla Remunerazione; delibera in merito ai piani di compensi basati sull'attribuzione di strumenti finanziari;
- il Consiglio di Amministrazione delibera sul riparto del compenso determinato dall'Assemblea (quando stabilito in un importo complessivo per l'organo nella sua collegialità); definisce la politica di remunerazione degli Amministratori Esecutivi e dei dirigenti con responsabilità strategiche; determina la remunerazione degli Amministratori che ricoprono speciali cariche.

Il Consiglio di Amministrazione è inoltre responsabile della formulazione di proposte all'Assemblea sui piani di compensi basati sull'attribuzione di strumenti finanziari nei confronti di Amministratori e dipendenti e della predisposizione della Relazione sulla Remunerazione.

[G4-52] Al fine di assicurare che le scelte effettuate in materia di remunerazione siano adeguatamente istruite, conformi alle regole di trasparenza e di rigorosa disciplina dei potenziali conflitti di interesse, il Consiglio di Amministrazione si avvale del supporto del Comitato per le nomine e la remunerazione. Per lo svolgimento delle proprie funzioni, il Comitato (alle cui riunioni interviene il Presidente del Collegio Sindacale o altro Sindaco di volta in volta da questi designato partecipa ai lavori del Comitato, ferma comunque la facoltà degli altri Sindaci di partecipare alla riunione) si avvale della collaborazione delle competenti strutture della Società e può avvalersi del supporto di consulenti esterni che non si trovino in situazioni tali da compromettere l'indipendenza di giudizio. Nel corso del 2015 il Comitato si è nuovamente avvalso dell'assistenza e del supporto forniti da *Mercer Italia* che ha analizzato anche l'applicazione di clausole di clawback (i dettagli sono disponibili nella RR).

[G4-51] Fatta eccezione per il Presidente e l'Amministratore Delegato, gli Amministratori percepiscono esclusivamente compensi fissi. La Tabella 1 "Compensi corrisposti ai componenti dell'Organo di Amministrazione e di Controllo e ai Dirigenti con Responsabilità Strategiche" in RR indica per ciascun consigliere tutte le tipologie e l'ammontare dei compensi

¹ In particolare, il paragrafo *Diritti Umani* contiene una dettagliata descrizione della procedura e delle tipologie di tutte le segnalazioni effettuate tramite la procedura.



attribuiti. I dettagli delle componenti della remunerazione fissa e variabile (inclusa l'eventuale componente di stock option), dei benefit e del trattamento di severance attribuiti all'Amministratore Delegato, al Presidente e ai dirigenti con responsabilità strategiche (in forma aggregata), così come gli obiettivi per la componente variabile della remunerazione dell'Amministratore Delegato, sono illustrati in dettaglio in RR. In particolare, gli obiettivi assegnati all'Amministratore Delegato sono prevalentemente di natura finanziaria, mentre per il Presidente, oltre agli obiettivi di natura finanziaria sono presenti obiettivi legati all'immagine della Società e del Gruppo ed alla valutazione dell'efficacia nella gestione delle attività del Consiglio di Amministrazione, valutato a cura del Consiglio di Amministrazione. Gli obiettivi di sostenibilità usati per determinare il sistema di incentivazione del management sono esposti nel capitolo *Le persone di Telecom Italia* del presente rapporto, paragrafo *Politiche di remunerazione*.

Riferimenti

Il Gruppo agisce nella convinzione che le attività di business debbano essere svolte tenendo in considerazione le aspettative degli stakeholder, in linea con i principi stabiliti dagli standard riconosciuti a livello internazionale. Nella definizione e attuazione della strategia e dei programmi di sostenibilità il Gruppo si ispira alle linee guida emanate dai principali organismi mondiali di indirizzo e standardizzazione sulla corporate responsibility. Il sistema di gestione della sostenibilità tiene conto anche delle normative e dei principali standard internazionali, in particolare:

- direttive, raccomandazioni e comunicazioni della Commissione Europea;
- linee guida dell'OCSE destinate alle imprese multinazionali;
- certificazioni ISO 9001 e ISO 14001 per i sistemi di gestione della qualità e dell'ambiente;
- principi delle convenzioni dell'International Labour Organization (ILO) per il rispetto dei diritti fondamentali dei lavoratori;
- standard Social AccountAbility 8000 (SA 8000), finalizzato a favorire il rispetto dei Diritti Umani e delle condizioni di lavoro da parte delle aziende e della loro filiera di fornitura;
- Sustainability Reporting Guidelines del Global Reporting Initiative (GRI), versione G4, opzione comprehensive;
- AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS 2008) elaborato da AccountAbility, organizzazione internazionale che promuove la collaborazione tra gli stakeholder e la definizione di standard e linee guida in materia di sostenibilità;
- linee guida ISO 26000, rivolte alle organizzazioni private e pubbliche di qualunque dimensione.

[G4-15], [G4-16] Telecom Italia da tempo aderisce a numerose organizzazioni ambientali e sociali, a livello nazionale e internazionale, per diffondere valori universalmente riconosciuti quali il rispetto dei Diritti Umani e del lavoro e la tutela dell'ambiente. Di seguito si riportano le principali associazioni a cui partecipa il Gruppo e alcune delle carte e codici sottoscritti:

- Global Compact, principale riferimento a livello mondiale lanciato nel 2000 dall'ONU, a cui Telecom Italia ha aderito fin dal 2002. Telecom Italia è membro del Global Compact Network Italia;
- ITU (International Telecommunication Union), la principale agenzia delle Nazioni Unite per le Telecomunicazioni e l'Informazione, nonché punto di riferimento per governi e settore privato nello sviluppo di reti e servizi. Telecom Italia partecipa, tra l'altro, all'iniziativa dell'ITU denominata Child Online Protection e in particolare all'aggiornamento delle linee guida sviluppate nell'ambito della stessa iniziativa, che sono rivolte alle aziende del settore broadcasting, internet e mobile. L'iniziativa rientra nel più ampio progetto internazionale Global Cybersecurity Agenda lanciato dall'ITU nel 2007. Sempre nell'ambito dell'ITU, Telecom Italia partecipa al gruppo di lavoro Environment and Climate Change (Study Group 5);
- ETSI (European Telecommunications Standards Institute), la principale organizzazione europea di standardizzazione per le telecomunicazioni. Telecom Italia partecipa ai seguenti comitati tecnici e gruppi di interesse concernenti l'ambiente: TC ATTM (Access, Terminals, Transmission and Multiplexing), TC EE (Environmental Engineering) e ISG OEU (Operational energy Efficiency for Users);
- GSM Association e in particolare il gruppo di lavoro GSMA – Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content, per tutte le iniziative tecnologiche e di comunicazione rivolte alla tutela dei minori nel settore della telefonia mobile;
- ICT Coalition for Children Online e Better Internet for kids/CEO Coalition, per la definizione e l'implementazione dei principi e delle tecnologie necessarie a rendere internet un luogo più sicuro per i minori;
- GRI, l'organismo fondato nel 1997 dal CERES, Coalition for Environmentally Responsible Economy, con l'obiettivo di sviluppare le linee guida, applicabili globalmente, per la stesura del Report di sostenibilità;



- GeSI (Global e-Sustainability Initiative), una partnership globale di società ICT per promuovere lo sviluppo sostenibile delle nuove tecnologie. Telecom Italia è rappresentata nell'Assemblea Generale e partecipa ai gruppi di lavoro dell'iniziativa, in particolare nell'ambito dell'ottimizzazione dei consumi energetici e riduzione delle emissioni di gas serra. Dalla metà del 2012 alla metà del 2014 Telecom Italia ha anche fatto parte del Board of Directors, ricoprendo il ruolo di tesoriere;
- ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association), un'associazione di settore che ha tra i suoi obiettivi lo sviluppo di un mercato europeo delle TLC competitivo ed efficiente attraverso il coordinamento tra gli operatori e il dialogo con le Istituzioni. Telecom Italia fa parte dell'Executive Board, di cui ha avuto la presidenza dal 2011 al 2014 e ha aderito a Corporate Responsibility di ETNO. Le problematiche legate alla Corporate Responsibility Charter sono gestite attraverso un gruppo di lavoro, di cui Telecom Italia ha la presidenza da svariati anni, che ha anche - fra i suoi mandati - la promozione e la verifica degli obiettivi assunti attraverso il Corporate Responsibility Charter dell'Associazione. A questo gruppo di lavoro rispondono una task force sull'energia, coordinata da Telecom Italia, che si occupa di valutare e mettere a fattor comune le migliori prassi e le soluzioni più avanzate nel campo dell'efficienza energetica e una task force sulla protezione dei minori online;
- Joint Audit Cooperation, iniziativa congiunta tra operatori di telecomunicazioni per effettuare audit di sostenibilità presso gli stabilimenti produttivi dei rispettivi fornitori nelle aree geografiche che presentano un elevato livello di rischio dal punto di vista sociale e ambientale. Telecom Italia è stato uno dei tre soci fondatori e, oltre a essere rappresentata nella Leadership Assembly (che ha funzione di indirizzo e verifica ed è costituita da rappresentanti di alto livello delle rispettive funzioni Acquisti e sostenibilità dei membri), nell'Operational Assembly (che definisce procedure e strumenti e segue l'attività di audit dei fornitori) e ricopre la carica di vice-presidente dell'Operational Committee che garantisce il coordinamento delle attività e sviluppa proposte mirate al miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia dell'iniziativa;
- Joint Research Center, il centro di Ricerca della Commissione Europea che ha sviluppato, con l'ausilio degli operatori TLC, tra cui Telecom Italia, i Codici per l'efficienza energetica dei data center e per i consumi energetici degli apparati a larga banda, entrambi sottoscritti da Telecom Italia;
- FOSI, Family Online Safety Institute, un'organizzazione non profit internazionale il cui scopo è quello di rendere il mondo della rete più sicuro per i ragazzi e le loro famiglie, individuando le migliori strategie nel rispetto della libertà del web. Il FOSI favorisce inoltre il dialogo fra i capi di governo, il mondo dell'industria e il settore non profit nella ricerca di nuove soluzioni per la sicurezza dei bambini nel mondo del Web 2.0. Telecom Italia è stata la prima azienda italiana ad aderire a questa importante istituzione.

Telecom Italia è inoltre associata a ANIMA e Sodalitas (entità che si occupano di sostenibilità nell'ambito di associazioni di categoria italiane) e CSR Europe, una rete di aziende europee per lo sviluppo della sostenibilità nelle aziende.

Tra gli altri codici rilevanti per la sostenibilità sottoscritti da Telecom Italia, si menzionano la Carta delle pari opportunità, il Codice di Autoregolamentazione per i servizi mobili, il Codice di Condotta per i servizi a sovrapprezzo e il Codice di Autodisciplina per la comunicazione commerciale (disponibili sul sito telecomitalia.com).

Codici, policy e carte del Gruppo

[G4-56] Gli impegni assunti dal Gruppo si articolano in un sistema di Carte, Policy e Codici disponibili sulla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

Nel convincimento che il successo dell'impresa non possa prescindere dall'etica nella conduzione degli affari, il Codice Etico e di Condotta e la Policy per il Rispetto dei Diritti Umani nel Gruppo Telecom Italia indicano gli obiettivi e i valori informatori dell'attività dell'Azienda con riferimento ai principali stakeholder con i quali il Gruppo interagisce.

Le Carte dei Servizi, che intendono semplificare e rendere sempre più diretto il rapporto con la clientela, espongono i principi di comportamento e gli impegni assunti da Telecom Italia in materia di qualità dei servizi offerti; forniscono inoltre indicazioni per quanto riguarda il miglioramento continuo degli standard di qualità e dei canali di contatto a disposizione dei clienti. Le Carte dei Servizi sono disponibili anche sui siti commerciali del Gruppo (telecomitalia.it, impresasemplice.it, tim.it).

Le Condizioni Generali di abbonamento e di contratto, che disciplinano i rapporti con la clientela abbonata e si affiancano alle relative Carte dei Servizi, sono pubblicate sui siti telecomitalia.it, tim.it, impresasemplice.it e nuvolaitaliana.it.



Le Condizioni Generali di abbonamento per la telefonia fissa sono pubblicate anche all'interno degli elenchi telefonici. Inoltre, in adempimento a quanto previsto da varie delibere emanate dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di qualità, sui siti web di riferimento sono pubblicati gli obiettivi prefissati per ogni anno dei singoli servizi (servizi di telefonia vocale fissa e mobile, servizi di accesso a internet, servizi di call center per l'assistenza alla clientela). Una selezione degli obiettivi e dei relativi livelli di raggiungimento è riportata in *Appendice* del seguente rapporto.

Gli altri impegni assunti dal Gruppo sono contenuti nei seguenti documenti, disponibili sulla sezione di sostenibilità del sito internet:

- *Rispettare i Diritti Umani nel Gruppo Telecom Italia*, che ribadisce come il settore delle TLC sia strategico in tema di Diritti Umani poiché produce impatti sull'accessibilità alla tecnologia e ai servizi (inclusione digitale geografica e sociale) in particolare per i soggetti più vulnerabili, oltre al diritto alla privacy, alla protezione dei dati personali e alla libertà di espressione in particolare quella on line;
- *Responsabilità sociale nel Gruppo Telecom Italia*, sul rispetto degli standard di lavoro all'interno del Gruppo, con particolare riferimento a lavoro infantile, lavoro obbligato, salute e sicurezza, libertà di associazione, discriminazione, procedure disciplinari, orario di lavoro e retribuzione;
- *Rapporti con i fornitori nel processo di acquisto del Gruppo Telecom Italia*, che disciplina l'eticità negoziale del Gruppo (trasparenza, separazione dei ruoli, correttezza, tracciabilità) e i requisiti che Telecom Italia chiede ai propri fornitori in merito a standard di lavoro e ambiente;
- *Policy di Green Procurement*, che ha lo scopo di minimizzare gli impatti ambientali direttamente attribuibili all'Azienda e ai propri fornitori nell'ambito del processo d'acquisto;
- *Linee guida del Gruppo Telecom Italia per i contributi volontari alla Comunità* che disciplina le modalità con cui il Gruppo effettua gli investimenti a favore delle comunità in cui opera;
- *Codice di comportamento per la riservatezza dei dati relativi agli OLO (Other Licensed Operator)* che assicura il corretto trattamento e la riservatezza dei dati da parte delle divisioni aziendali che erogano servizi agli altri operatori;
- *Linee guida del Gruppo Telecom Italia per il marketing responsabile* che delinea i principi seguiti dal Gruppo per assicurare pratiche commerciali corrette, trasparenti e leali, aggiuntivi rispetto a quelli contenuti nelle Carte e nei Codici sopra ricordati.

Il Codice Etico e di Condotta di Telecom Italia, attualmente in fase di rilettura a valle della conclusione del Cantiere "Sviluppo dell'identità organizzativa"¹, sottolinea alcuni principi fondamentali per tutte le persone che lavorano nel Gruppo:

■ **Eccellenza del servizio**

Perseguiamo l'eccellenza del servizio verso i nostri clienti, creando valore per l'azionista e le comunità in cui operiamo.

■ **Etica e Compliance**

Operiamo nel rispetto delle leggi e dei principi etici di universale accettazione, ispirati a trasparenza, correttezza e lealtà.

■ **Competizione**

Promuoviamo una competizione leale, funzionale all'interesse dei clienti e di ciascun attore del mercato.

■ **Risorse umane**

Valorizziamo le risorse umane del Gruppo, nel rispetto delle reciproche diversità, in un quadro di lealtà, di osservanza dei valori etici e di fiducia.

■ **Comunicazione**

Assicuriamo la trasparenza della nostra azione nei rapporti con i clienti, il mercato, gli investitori, la comunità, i collaboratori e in genere tutti gli stakeholder.

■ **Comunità**

Contribuiamo al benessere economico e alla crescita delle comunità nelle quali operiamo, nel rispetto dell'ambiente e dei diritti delle generazioni future.

¹ Maggiori dettagli sui Cantieri sono disponibili nel capitolo Le persone di Telecom Italia.



■ Salute e Sicurezza

Tuteliamo la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro, assicurando il rispetto dell'integrità fisica e morale, dei diritti e della dignità dei lavoratori.

Lotta alla corruzione

[G4-SO3a] La corruzione è ampiamente riconosciuta come uno dei principali fattori che mettono a repentaglio la crescita socio-economica e il benessere delle popolazioni. La prevenzione della corruzione è sempre stata una parte importante del sistema di controllo interno di Telecom Italia in tutte le sue società. Nel corso del tempo, i sistemi di presidio e controllo si sono evoluti e il perimetro delle sue società è cambiato. Qui ci concentreremo sull'attuale perimetro del Gruppo, che è composto dalle seguenti Business Unit: Domestic (che comprende tutte le attività domestiche commerciali e tecniche di telefonia, Telecom Italia Sparkle, INWIT e Olivetti), Brasile e Media (cfr. *Il Gruppo Telecom Italia/Il profilo del Gruppo*).

[G4-DMA Anti-corruption] Lo strumento di Gruppo per l'identificazione, la prevenzione e il controllo dei rischi di corruzione è il "Modello Organizzativo 231", un programma di compliance per la prevenzione dei reati che potrebbero comportare responsabilità amministrative per la Società ai sensi del Decreto Legislativo 231/2001. Nel Modello Organizzativo di Gruppo e nel Modello Organizzativo del Brasile sono identificati i processi a rischio reato corruzione, in particolare, relativamente alla gestione dei rapporti con i soggetti pubblici (ad es. gestione ispezioni e procedimenti, rappresentazione della posizione dell'Azienda presso le Authority, richiesta di autorizzazioni, gestione di finanziamenti agevolati, bandi di gara), negoziazione con i clienti (trattative commerciali, bandi di gara), individuazione e gestione delle controparti nell'ambito di rapporti commerciali, partnership, join venture, acquisizione partecipazioni, acquisti di beni e servizi, consulenze e prestazioni professionali. Nel corso del 2015, è stata adottata la due diligence per la valutazione delle controparti (liberalità, partnership commerciali, M&A¹) sul perimetro delle società Italiane. Per quanto attiene al Brasile, la due diligence risulta adottata nel 2015 nell'ambito del processo di acquisto (fornitori di beni e servizi/consulenze e prestazioni professionali).

Il Modello Organizzativo 231 si articola:

- nel Codice Etico e di Condotta del Gruppo Telecom Italia, dove vengono indicati i principi generali (trasparenza, correttezza, lealtà) cui si ispira la Società nello svolgimento e nella conduzione degli affari;
- nei "principi generali del controllo interno", quali riferimento per il raggiungimento degli obiettivi di efficienza ed efficacia operativa, affidabilità delle informazioni finanziarie e gestionali, rispetto delle leggi e dei regolamenti, salvaguardia del patrimonio sociale anche contro possibili frodi;
- nei "principi di comportamento" che consistono in regole specifiche per i rapporti con i soggetti terzi, nonché gli adempimenti e le attività di natura societaria;
- negli "schemi di controllo interno", nei quali vengono descritti i processi aziendali a rischio reato, i reati presupposto associati ai medesimi, gli elementi di controllo e le indicazioni comportamentali a prevenzione delle condotte illecite.

Gli schemi di controllo interno sono stati elaborati nel rispetto dei seguenti principi: (i) la separazione dei ruoli nello svolgimento delle principali attività inerenti ai processi aziendali; (ii) la tracciabilità delle scelte, per consentire l'individuazione dei punti di responsabilità e la motivazione delle scelte stesse; (iii) l'oggettivazione dei processi decisionali, in modo che, in sede di assunzione delle decisioni, si prescindano da valutazioni meramente soggettive, facendo invece riferimento a criteri precostituiti.

Nell'agosto 2015 è stata adottata una versione del "Modello Organizzativo 231" che recepisce le nuove fattispecie di reato (falso in bilancio, autoriciclaggio, reati ambientali). Tale versione, come la precedente (2013), è anche conforme al *compliance program* di riferimento per l'applicazione delle normative anti-corruzione internazionali, quali FCPA e UK Bribery Act.

¹ Merger&Acquisition



In particolare, nel 2015, a supporto del Modello Organizzativo ed a completamento di quanto realizzato nei periodi precedenti (policy omaggi, spese di rappresentanza, eventi, sponsorizzazioni), è stata adottata la procedura di gestione delle liberalità e aggiornata quella di M&A e risulta in corso di finalizzazione la procedura relativa alle quote associative.

[G4-SO3b] Le aree identificate a rischio di corruzione sono:

- omaggi e spese di rappresentanza
- eventi e sponsorizzazioni
- liberalità/quote associative/no profit
- consulenze, intermediazioni, rapporti con business partner e fornitori
- joint venture, acquisizioni e cessioni

e inoltre:

- vendita beni e servizi
- rapporti con Istituzioni/Authority
- autorizzazioni e concessioni
- finanza agevolata
- procedimenti giudiziari e arbitrari
- adempimenti per la tutela della salute e sicurezza sul lavoro
- adempimenti in materia di tutela ambientale
- selezione e assunzione del personale
- operazioni svolte dal Vertice Aziendale

[G4-DMA Anti-corruption] E' in particolare vietato ricevere, pretendere, corrispondere e offrire, direttamente o indirettamente, compensi di qualunque natura, regali, vantaggi economici o altra utilità da, o a, un soggetto pubblico o privato e/o l'ente da esso direttamente o indirettamente rappresentato che: (a) eccedano un modico valore e i limiti di ragionevoli prassi di cortesia e, comunque, (b) siano suscettibili di essere interpretati come volti a influenzare indebitamente i rapporti tra le Società del Gruppo e il citato soggetto e/o l'ente da esso direttamente o indirettamente rappresentato, a prescindere dalla finalità di perseguimento, anche esclusivo, dell'interesse o del vantaggio della singola Società o del Gruppo.

Neppure sono ammessi i "facilitation payment", cioè i pagamenti di modico valore non ufficiali, effettuati allo scopo di velocizzare, favorire o assicurare l'effettuazione di un'attività di routine o comunque prevista nell'ambito dei doveri dei soggetti pubblici o privati con cui le società del Gruppo si relazionano.

I suddetti principi sono richiamati da specifica Policy di Gruppo sulla lotta alla corruzione che rivolge particolare attenzione a donazioni, elargizioni e/o partecipazioni a organizzazioni benefiche, fondazioni, enti no profit, prevedendo l'elargizione di eventuali contributi esclusivamente in favore di enti di provata affidabilità e riconosciuta reputazione, sottoposti a due diligence e nel rispetto di un budget redatto in base a criteri di economicità e ragionevolezza.

[G4-DMA Anti-corruption] Le aree di cui sopra costituiscono i criteri in base ai quali decidere se i processi o le attività sono a rischio (ogni processo/attività è a rischio se include tali aree)¹.

Il Modello Organizzativo si completa con l'Organismo di Vigilanza, che ha il compito di vigilare sul funzionamento e osservanza del Modello e di curarne il relativo aggiornamento. In base a quanto previsto dal D. Lgs 231/01 art. 6 c.4bis, le funzioni di Organismo di Vigilanza sono state attribuite al Collegio Sindacale nominato dall'Assemblea degli azionisti del 15 maggio 2012.

Gli interventi modificativi al Modello sono elaborati da un comitato manageriale di Gruppo, denominato Steering Committee 231, istruiti dall'Organismo di Vigilanza e approvati dal Consiglio di Amministrazione quando di significativa entità.

¹ Inoltre, le procedure di Telecom Italia per le operazioni con parti correlate specificano tutte le misure da adottare al fine di mitigare il rischio legato a tali operazioni (le procedure sono approvate dal Consiglio di Amministrazione e sono pubblicate su <http://www.telecomitalia.com/tit/en/about-us/governance-system/procedures.html>).



Per fornire supporto operativo agli Organismi di Vigilanza delle Società appartenenti al Gruppo, all'interno della Direzione Compliance di Telecom Italia è presente una struttura dedicata (Compliance 231) con il compito di gestire le segnalazioni di violazioni del Modello Organizzativo e di effettuare specifici interventi di compliance, anche sulla base delle evidenze ricevute per il tramite dei flussi informativi istituiti all'interno del Gruppo.

[G4-SO3a] Il Modello Organizzativo 231 attualmente copre tutte le Business Unit del Gruppo, ed **[G4-SO4]** è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Telecom Italia S.p.A. dal 2003 (in seguito sono state approvate le successive modifiche), mentre nel dicembre 2012 è stata adottata la citata Policy Anticorruzione richiamata dal Modello Organizzativo stesso. Inoltre, ad agosto 2014, il Consiglio di Amministrazione di TIM Participações ha approvato il Modello Organizzativo in applicazione alla recente legge anticorruzione locale (Ley 12846/13) e alle previsioni al riguardo richieste a livello di Gruppo. In precedenza, in Brasile, risultano adottate procedure di prevenzione della corruzione, inclusa una Policy Anticorruzione del maggio 2013. **[G4-SO4]** Per quanto riguarda le società italiane, il Modello Organizzativo 231 e la policy anticorruzione sono stati comunicati a tutti i dipendenti mentre i partner commerciali devono esprimere l'adesione ai principi ivi previsti¹. In Italia, nel 2015, è stata completata la formazione e-learning sul Modello Organizzativo 231 e aspetti anticorruzione². Si segnala che nell'ambito della formazione on-boarding per risorse neo-inserite in Telecom Italia S.p.A. sono stati effettuati specifici interventi su ambiti anticorruzione.

Campagne di formazione in e-learning effettuate in Italia*

	2015	2014	2012
Dirigenti	42	718	865
Quadri	185	3.787	4.270
Altri	10.828	33.877	30.143

*Unità di misura: persone

In Brasile la comunicazione su tematiche anticorruzione, a dipendenti e partner, è stata avviata nel 2014 e nel corso del 2015 sono state erogate attività formative in aula indirizzate ai focal point delle funzioni, alle risorse che gestiscono i rapporti con i soggetti pubblici e ai consulenti legali³. Si segnala, nell'ambito delle attività di sensibilizzazione sui temi anticorruzione, la sottoscrizione del Codice Etico da parte di oltre 13.000 risorse (99,7% del target dipendenti e dei rapporti di collaborazione, per esempio le persone che lavorano nei negozi).

[G4-DMA Anti-corruption] I dipendenti vengono formati ogni volta che il Modello Organizzativo subisce modifiche sostanziali. Telecom Italia ha reso disponibile il modulo di formazione e-learning sul Modello Organizzativo 231 e aspetti anticorruzione agli organi sociali delle società controllate nazionali.

[G4-SO5] Negli ultimi 3 anni nessun episodio di corruzione è avvenuto nelle società del Gruppo, né sono stati avviati procedimenti legali per motivi di corruzione contro società del Gruppo nello stesso periodo. Per quel che riguarda i fornitori, negli ultimi 3 anni Telecom Italia non ha mai interrotto un contratto per motivi riconducibili a corruzione. Solo in un'occasione, nel 2014, Telecom Italia ha sospeso le nuove attività di un fornitore perché era stato accusato di corruzione.

[G4-DMA Anti-corruption] Telecom Italia è membro del gruppo di lavoro "231 e Legalità" organizzato nell'ambito delle iniziative di Confindustria. Nel corso del 2015, la funzione Compliance 231 ha partecipato ai gruppi di lavoro istituiti presso il Business 20 (B20) per l'implementazione delle raccomandazioni formulate a livello di G20/B20 su tematiche anticorruzione e, in particolare, per lo sviluppo di un toolkit internazionale di formazione indirizzato alle piccole e medie imprese (PMI), presentato al Summit G20 di Antalya nel novembre 2015. In tale contesto, è stato avviato il coinvolgimento «GdL Legalità e 231» di Confindustria per la successiva implementazione del progetto con riferimento alle PMI.

¹ I partner commerciali comprendono i fornitori con ordini superiori a 3.000 euro, joint ventures, consulenti.

² Le campagne formative non hanno necessariamente cadenza annuale, dipendono invece dalle novità introdotte nel Modello o da altre esigenze organizzative.

³ A dicembre 2015 è stato rilasciato il corso e-learning su Modello Organizzativo e aspetti anticorruzione. Il Gruppo si impegna a valutare la possibilità di rappresentare prossimamente in termini omogenei i suddetti dati.



PRINCIPALI DATI DI PERFORMANCE ECONOMICA E VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

Il Gruppo si pone l'obiettivo di raggiungere l'equilibrio tra le tre dimensioni della sostenibilità:

- ambientale: mantenere la funzionalità dei sistemi ecologici, garantendo l'equilibrio tra l'utilizzo di risorse naturali e le attività aziendali;
- sociale: promuovere il principio di equità sia fra generazioni diverse, sia all'interno della stessa generazione;
- economica: mantenere il capitale e incrementarlo.

[G4-9] La rendicontazione di quanto il Gruppo fa per raggiungere quest'obiettivo avviene attraverso il Bilancio di sostenibilità, che si sofferma soprattutto sulla sostenibilità ambientale e sociale e su quegli aspetti che hanno contemporaneamente valenza sociale e economica (ad esempio, la cura del cliente o la gestione dell'innovazione) e la Relazione Finanziaria Annuale, che discute in dettaglio della performance economica del Gruppo. Per fornire una visione completa della sostenibilità del Gruppo, di seguito sono riportati alcuni dati di sintesi della performance economica desumibili dalla Relazione Annuale.

Gruppo Telecom Italia - Principali dati economico-finanziari consolidati

(milioni di euro)	Ricavi			EBITDA			Investimenti industriali			Personale a fine periodo (unità)		
	2015	2014	2013	2015	2014	2013	2015	2014	2013	2015	2014	2013
BU	2015	2014	2013	2015	2014	2013	2015	2014	2013	2015	2014	2013
Domestic	15.001	15.303	16.388	5.567	6.998	7.741	5.086	2.783	3.031	52.644	53.076	53.377
Brasile	4.636	6.244	6.945	1.449	1.774	1.812	1.626	2.195	1.349	13.042	12.841	12.140
Media	82	71	124	37	25	(2)	8	6	20	64	89	84
Altre attività	49	-	-	(51)	(12)	(15)	-	-	-	117	19	22
Rettifiche ed elisioni	(50)	(45)	(50)	2	1	4	-	-	-	-	-	-
Totale consolidato	19.718	21.573	23.407	7.004	8.786	9.540	6.720	4.984	4.400	65.867	66.025	65.623

[G4-9] La distribuzione dei ricavi per prodotti e servizi è riportata nella Nota 25 del Bilancio Consolidato del Gruppo Telecom Italia.

Gruppo Telecom Italia - Altri dati economico-finanziari consolidati

(milioni di euro)	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013
Totale Patrimonio Netto	21.542	21.699	20.186
- attribuibile ai Soci della Controllante	17.819	18.145	17.061
- attribuibile alle partecipazioni di minoranza	3.723	3.554	3.125
Utile (perdita) dell'esercizio attribuibile ai Soci della Controllante	168	1.350	(674)
Utile (perdita) dell'esercizio attribuibile alle Partecipazioni di minoranza	729	610	436
Indebitamento finanziario netto contabile	28.475	28.021	27.942



[G4-9] L'andamento della capitalizzazione e del debito del Gruppo è riportato nella Relazione sulla Gestione del Gruppo Telecom Italia.

[G4-9] La seguente tabella mostra uno dei principali dati gestionali del Gruppo, l'andamento delle linee d'accesso ai servizi di telefonia fissa e mobile.

Gruppo Telecom Italia - Principali dati operativi delle Business Unit

(migliaia) - dati a fine periodo	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013
FISSO DOMESTICO			
Accessi fisici a fine periodo	19.209	19.704	20.378
Accessi BroadBand BU Domestic	8.890	8.750	8.740
MOBILE DOMESTICO			
Consistenza linee	30.007	30.350	31.221
BRASILE			
Consistenza linee	66.234	75.721	73.431



[G4-EC1] Di seguito si riporta il valore economico prodotto e distribuito agli stakeholder. Dal 2008 è stata adottata la modalità di presentazione raccomandata dal GRI, con opportuni adattamenti.

Gruppo Telecom Italia – Valore economico prodotto e distribuito

(milioni di euro)	2015	2014	2013
Valore economico prodotto direttamente			
a) Totale ricavi e proventi operativi	20.005	21.974	23.731
b) Interessi attivi e dividendi incassati	216	228	149
c) Plusvalenze (minusvalenze) da realizzo di attività non correnti	336	29	(82)
d) Valore economico prodotto direttamente (a+b+c)	20.557	22.231	23.798
Valore economico distribuito			
e) Costi operativi	9.296	9.951	10.976
f) Costi del personale	3.589	3.119	3.087
g) Azionisti e finanziatori	2.291	2.259	2.508
h) Imposte e tasse	532	852	961
i) Valore economico distribuito (e+f+g+h)	15.708	16.181	17.532
Valore economico non distribuito (d-i)	4.849	6.050	6.266
Salari e stipendi	2.296	2.202	2.183
Oneri sociali	834	801	788
Altri oneri	459	116	116
Costi del personale	3.589	3.119	3.087
Acquisti di materie e servizi	8.533	9.430	10.377
Altri costi operativi(*)	1.375	1.057	1.190
Variazione delle rimanenze	44	52	(48)
Attività realizzate internamente	(656)	(588)	(543)
Costi operativi	9.296	9.951	10.976
Dividendi distribuiti	262	319	595
Interessi passivi	2.029	1.940	1.913
Azionisti e finanziatori	2.291	2.259	2.508
Imposte dirette	416	734	833
Imposte indirette e tasse	116	118	128
Imposte e tasse	532	852	961
- di cui relative alla BU Domestic	381	724	826
- di cui relative alla BU Brasile	121	122	126
- di cui relative ad attività estere/altro	30	6	9

(*) Comprende principalmente svalutazioni e oneri connessi alla gestione dei crediti non finanziari per 345 milioni di euro (375 milioni di euro nel 2014), accantonamenti per rischi per 330 milioni di euro (84 milioni di euro nel 2014) e contributi e canoni per l'esercizio di attività di TLC per 342 milioni di euro (449 milioni di euro nel 2014), al netto di "Imposte indirette e tasse" per 116 milioni di euro (118 milioni di euro nel 2014) incluse nella voce "Imposte e tasse".



Gruppo Telecom Italia – Contributo alla comunità

(milioni di euro)	2015	2014	2013
Ripartizione del contributo			
Liberalità	0,3	0,9	1,8
Investimenti nella comunità	17,6	7,1	23,3
Iniziative per la comunità ¹	9,4	14,5	21,5
Totale	27,3	22,5	46,6

Il contributo alla comunità è calcolato secondo le linee guida del London Benchmarking Group (LBG). Il calcolo è stato effettuato utilizzando dati gestionali, in parte oggetto di stime.

Il LBG, fondato nel 1994, è un'associazione a cui aderiscono oltre 150 grandi società internazionali e rappresenta lo standard di riferimento a livello mondiale per la classificazione dei contributi volontari delle aziende a favore della comunità.

In coerenza con il modello LBG, per misurare e rappresentare l'impegno del Gruppo nei confronti della comunità, i contributi erogati sono stati suddivisi in tre categorie: liberalità, investimenti nella comunità, iniziative per la comunità. Nella prima prevale lo spirito di liberalità, la terza include le iniziative in cui, al beneficio verso la comunità, si affianca un interesse commerciale dell'Azienda. Per ulteriori informazioni sul modello LBG e sui relativi criteri di classificazione degli investimenti nei tre livelli, si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com e al sito lbg-online.net.

Gruppo Telecom Italia – economic shared value progetti di Corporate Share Value

La stima di *economic shared value* generato dai progetti di CSV misurati nel corso del 2015 in Italia è di oltre 12 miliardi di euro.

I dettagli dei valori dei singoli progetti sono riportati nei capitoli corrispondenti.

¹ Fra le iniziative per la comunità si segnalano: la Junior TIM Cup, un progetto condiviso con il CSI - Centro Sportivo Italiano - e Lega Serie A per promuovere il calcio negli oratori e una riflessione su temi delicati quali il cyberbullismo e il benessere digitale; TIM Guarda Avanti, un'iniziativa per parlare ai giovani di futuro e sensibilizzarli sull'uso del cellulare alla guida; la VOLLEY TIM CUP per promuovere il volley femminile e il gioco di squadra, come costruzione del senso di alleanza e appartenenza a un gruppo, sportivo o di pari, che caratterizza la quotidianità dei giovani e contribuisce alla loro crescita fisica, civile, sociale e culturale.



CONTESTO DI RIFERIMENTO

Contesto normativo e compliance

Le attività del Gruppo sono condotte nel pieno rispetto delle leggi vigenti negli Stati in cui opera e dei principi etici di universale accettazione ispirati a trasparenza, correttezza e lealtà.

[G4-DMA Public Policy], [G4-DMA Compliance] Le principali variazioni nella normativa di riferimento per il Gruppo sono regolarmente esposte nella Relazione sulla Gestione del Gruppo Telecom Italia (cfr capitolo *Principali variazioni del contesto normativo*), mentre le attività di engagement con le pubbliche amministrazioni sono descritte nel presente Bilancio, capitolo *Corporate Shared Value*. Le relazioni intrattenute dal Gruppo e dai suoi dipendenti con le PA sono attentamente regolamentate e controllate tramite il Modello Organizzativo 231, brevemente presentato in questo capitolo. **[G4-SO6]** In particolare, il Codice Etico vieta esplicitamente erogazioni in via diretta o indiretta, contributi, vantaggi o altre utilità a partiti o movimenti politici e alle organizzazioni sindacali dei lavoratori o a loro rappresentanti o candidati.

[G4-DMA Grievance Mechanisms for Impacts on Society], [G4-SO11] Tramite i principali meccanismi di segnalazione aziendali, descritti nel capitolo *Il Gruppo Telecom Italia/Il sistema di Corporate Governance*, nell'ultimo triennio non sono pervenute segnalazioni relative a presunti danni verso la comunità attribuibili a Telecom Italia, comprendendo, in questa accezione, danni di natura ambientale, di discriminazione di popolazioni in termini di copertura, di corruzione.

[G4-DMA Compliance], [G4-EN29] Il Gruppo pone molta attenzione, nei suoi sistemi di gestione ambientale, al rispetto della normativa dei Paesi in cui opera. Nell'ultimo triennio non ci sono state sanzioni significative in materia.

Concorrenti

[G4-DMA Anti-competitive Behavior] Telecom Italia promuove una competizione leale, considerata funzionale ai propri interessi e a quelli di tutti gli operatori di mercato, dei clienti e degli stakeholder in genere, promuovendo e partecipando a iniziative e progetti in collaborazione con i concorrenti, alla gestione di tavoli tecnici e alle attività delle associazioni di categoria.

I nostri interlocutori in questo ambito sono:

- gli OLO (Other Licensed Operator);
- l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM);
- l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM);
- le associazioni, le federazioni e le associazioni di categoria nazionali e internazionali.

Telecom Italia gestisce i rapporti associativi e coordina le attività di rappresentanza nei confronti di Confindustria e delle altre associazioni di categoria.

Le iniziative, a livello nazionale e locale, consistono nello svolgimento di azioni e incontri relativi allo sviluppo del business e il presidio degli interessi aziendali sui temi economici, normativi, sindacali e del lavoro. Tali iniziative si basano sul dialogo e confronto delle rispettive posizioni al fine di individuare, ove possibile, una posizione comune di settore da rappresentare in sede istituzionale nazionale e comunitaria.

Il Gruppo aderisce a oltre 100 associazioni territoriali tra cui, in particolare, CD Confindustria Digitale e Associazione delle società di TLC. Dal 2010 Telecom Italia ha aderito ad Assinform, l'associazione nazionale delle principali aziende di information technology operanti sul mercato italiano, che svolge un ruolo di collegamento tra le principali forze economiche, politiche e istituzionali per lo sviluppo dell'Italia come sistema Paese, attraverso il ricorso all'innovazione e alle nuove tecnologie.

Insieme agli altri operatori Telecom Italia partecipa alla Fondazione Ugo Bordoni (FUB) il cui scopo è la realizzazione di ricerche e studi nel settore delle comunicazioni e dell'informatica per promuovere il progresso scientifico e l'innovazione tecnologica. La Fondazione, in cui la PA esercita funzioni di gestione e controllo, svolge attività di consulenza nei confronti del Parlamento, del Governo e delle Autorità amministrative indipendenti.

Telecom Italia partecipa anche al Distretto dell'Audiovisivo e dell'ICT, un consorzio di circa 60 imprese che operano nei settori dell'informatica, telecomunicazioni e media. Patrocinato dal Comune di Roma, Unione degli Industriali e Camera di Commercio di Roma, il Distretto ha l'obiettivo di esprimere e rappresentare, nel proprio ambito, le attività industriali e i



servizi che operano nella nuova area economica della grande convergenza o multimedialità.

Al fine di monitorare il posizionamento competitivo, periodicamente vengono svolte ricerche quantitative su un campione rappresentativo della popolazione italiana adulta per misurare l'efficacia della pubblicità dei servizi di telecomunicazione. Le indagini rilevano la notorietà dei singoli gestori, la conoscenza spontanea e sollecitata della pubblicità, il ricordo attinente, il gradimento della pubblicità e la propensione a sottoscrivere un contratto.

L'Azienda si è dotata, ormai da anni, di un servizio di monitoraggio globale della reputazione del Gruppo su tutti i tipi di media (stampa cartacea e online, radio, TV, social web). Lo strumento analizza e compara la presenza di Telecom Italia e dei suoi principali competitor domestici. Il sistema permette di posizionare quantitativamente (numero passaggi e visibilità) e qualitativamente (argomenti positivi o negativi, sentiment, profilo di immagine) Telecom Italia nel panorama competitivo, evidenziando le aree di positività e negatività dei singoli media. È stato inoltre attivato un servizio di alerting su argomenti che possono impattare sulla reputation del Gruppo.

In occasione del progetto rebranding, in Italia, è stato avviato un sistema di monitoraggio, con periodicità annuale, per valutare nel tempo l'impatto dell'evoluzione della nuova TIM, marca unica commerciale, sul mercato domestico.

Servizi agli OLO

La Direzione di Telecom Italia National Wholesale Services (NWS), che a partire dal mese di novembre 2015 è gerarchicamente dipendente dalla Direzione Wholesale, è il punto di riferimento commerciale per gli altri operatori licenziatari OLO e ISP per la fornitura di infrastrutture di rete e servizi, finalizzata alla successiva commercializzazione, da parte degli stessi operatori di servizi di comunicazione elettronica, alla propria clientela. NWS cura le fasi di progettazione pre e post-vendita, raccolta delle esigenze e definizione dell'offerta, contrattualizzazione, vendita, assistenza e fatturazione dei prodotti/servizi forniti. La separazione organizzativa e amministrativa tra le direzioni Retail di Telecom Italia e NWS, che annualmente viene certificata da un ente esterno, assicura il rispetto dei principi di parità di trattamento e di non discriminazione, sanciti dalla vigente normativa regolatoria e in particolare dalla Delibera 152/02/CONS.

NWS definisce e propone annualmente le offerte di riferimento per i vari servizi wholesale regolamentati. L'iter di approvazione di ciascuna offerta di riferimento prevede approfondimenti congiunti e revisioni svolte a seguito di chiarimenti richiesti dall'AGCOM, che ne approva i contenuti e controlla l'operato di NWS a garanzia della tutela della concorrenza. L'AGCOM è anche il Garante e l'Autorità di riferimento nelle cause promosse dagli OLO/ISP e dagli utenti finali in materia regolamentare.

Oltre ai servizi regolamentati, NWS prevede un'offerta di infrastrutture e capacità trasmissiva, accesso e trasporto dati, ospitalità di apparati di TLC, outsourcing e tutti i servizi a valore aggiunto che consentono di "virtualizzare" le reti degli operatori.

Ogni operatore ha un rapporto diretto con il proprio account manager di riferimento nella funzione Sales di NWS che acquisisce le richieste del cliente di propria competenza e personalizza i relativi strumenti contrattuali di offerta nel rispetto degli obblighi regolamentari vigenti. In particolare, i contratti relativi ai servizi regolamentati includono clausole che stabiliscono un monitoraggio costante delle diverse fasi di fornitura del servizio, prevedendo che alcuni dei principali indicatori siano oggetto di periodica comunicazione all'AGCOM. Il presidio del cliente avviene in modo continuativo ed è formalizzato tramite lo svolgimento di conference call, videoconferenze e incontri in cui vengono coinvolte tutte le funzioni aziendali interessate.

Per ulteriori informazioni sulle iniziative di dialogo e di coinvolgimento (Wholesale Working Together, Focus Days Portale Wholesale), nonché sulle iniziative di caring e rilevazione della soddisfazione degli OLO, si rinvia ai siti Wholesale di Telecom Italia: wholesale.telecomitalia.com e widedigitalspace.wholesale.telecomitalia.com

Autorità per le Garanzie delle Comunicazioni (AGCOM)

Telecom Italia interagisce con l'AGCOM per contribuire al governo del processo regolamentare sui temi ritenuti materiali per l'accrescimento del valore dell'Azienda. In quest'ottica persegue un dialogo leale e un confronto continuo con le Autorità e le Istituzioni allo scopo di pervenire a una regolamentazione semplice, efficace e simmetrica. Inoltre il Gruppo mette a disposizione le proprie conoscenze partecipando a consultazioni pubbliche, audizioni istituzionali, convegni, incontri



pubblici, presentando apposite memorie e istanze. Il confronto costante con l'AGCOM e le Istituzioni fa sì che Telecom Italia ne acquisisca le opinioni, fornendo risposte trasparenti e affidabili e anticipi gli eventi creando e cogliendo le migliori opportunità per l'Azienda. Per ulteriori informazioni sui riferimenti normativi che regolano consultazioni pubbliche, analisi di mercato, indagini conoscitive e risoluzione di controversie tra operatori si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

Telecom Italia fornisce le risposte dovute (ad esempio, consultazioni pubbliche, memorie difensive, fornitura dati e informazioni di varia natura, ecc.) garantendo sempre la completezza e l'affidabilità del contributo.

In caso di procedure d'infrazione Telecom Italia presenta memorie, perizie e altri scritti difensivi, chiedendo di essere sentita dal responsabile del procedimento sui fatti oggetto di contestazione. L'Azienda, inoltre, valuta l'opportunità di presentare una proposta, previa cessazione della condotta contestata, finalizzata a migliorare le condizioni della concorrenza nel settore rimuovendo le conseguenze anticompetitive attraverso idonee e stabili misure.

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)

Nell'ambito della tutela della concorrenza e del consumatore Telecom Italia interagisce con l'Antitrust sia in via preventiva sia in occasione dei procedimenti da questa avviati.

In via preventiva le funzioni aziendali, oltre a rispondere alle richieste che l'Autorità trasmette con regolarità per svolgere i compiti attribuiti dalla Legge 287/90 e dal Codice del Consumo, organizzano degli incontri informativi con l'obiettivo di agevolare, in ottica di trasparenza, la comprensione dell'evoluzione del mercato e gli effetti sulle aree di competenza della stessa Autorità.

Tra le materie oggetto d'informazione preventiva si citano l'evoluzione dell'offerta del Gruppo, il posizionamento aziendale su temi strategici come l'evoluzione della rete di accesso e la net neutrality, l'evoluzione dei criteri adottati per la determinazione dei prezzi nei mercati nei quali l'Azienda è in posizione dominante, le caratteristiche tecniche ed economiche di alcune offerte contestate dai concorrenti.

In caso di apertura di procedimenti di contestazione, il Gruppo fa valere le proprie ragioni nelle sedi opportune, in alcuni casi presentando all'Autorità impegni che fanno venir meno i presunti profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria. L'Autorità, valutati tali impegni, può renderli obbligatori e chiudere il procedimento senza irrogare alcuna sanzione pecuniaria.

All'interno dell'Azienda esistono controlli preventivi sui processi con impatti potenzialmente rilevanti ai fini Antitrust come, per esempio, la predisposizione dei piani di marketing, l'evoluzione della contrattualistica, le condizioni di offerta dei servizi di telecomunicazioni, l'evoluzione dei sistemi informativi aziendali. I controlli mirano ad assicurare che la gestione operativa dei processi tenga in considerazione tali impatti potenziali. Per sensibilizzare e diffondere un corretto approccio al tema, a seguito del programma di formazione online avviato nel 2010, nel 2013 è stato proposto al management uno specifico corso formativo in aula riguardante l'applicazione della normativa sulla concorrenza. Nel 2014 l'attività formativa è proseguita nei confronti del personale appartenente alla funzione National Wholesale Services. Tra la fine del 2015 e l'inizio del 2016, è stata realizzata una nuova edizione del corso online, erogato e fruito da circa 3.000 dipendenti. Nel corso del 2016 agli stessi dipendenti verrà erogata una formazione in aula.

[G4-DMA Anti-competitive Behavior] Nel corso del 2015 l'Azienda ha avviato un'attività di Compliance Antitrust, realizzata con la collaborazione di uno studio legale esterno specializzato sul diritto della concorrenza. L'iniziativa va ad inserirsi nella costante attività di formazione in materia di diritto della concorrenza, fino ad oggi organizzata ed effettuata dalla funzione Antitrust interna.

L'attività, che si è conclusa a dicembre, è stata articolata nelle seguenti fasi:

- interviste a personale apicale previamente individuato;
- verifica di documenti contenuti nei personal computer di un determinato numero di responsabili preventivamente selezionati, al fine di effettuare una raccolta oggettiva di tali documenti;
- training di formazione antitrust;
- revisione/redazione di un codice di condotta antitrust;
- procedura interna antitrust;
- declinazione dello specifico programma di compliance antitrust.



Con questa attività Telecom Italia vuole rafforzare i valori di trasparenza e correttezza che stanno alla base della sua azione, in coerenza con quanto già affermato nel Codice Etico e di Condotta di Gruppo.

[G4-S07] I principali contenziosi del Gruppo in materia sono elencati e descritti nella Nota 24 (*Passività potenziali, altre informazioni, impegni e garanzie*) del Bilancio Consolidato, in particolare nel paragrafo *Principali contenziosi e azioni giudiziarie pendenti*. **[G4-S08]** La stessa Nota contiene una descrizione di tutti gli altri contenziosi del Gruppo.

Impegni relativi alla rete di accesso

Nel dicembre 2008 l'AGCOM ha approvato gli impegni volontari presentati da Telecom Italia con la Delibera 718/08/CONS, suddivisi in 14 gruppi (ai quali vanno aggiunti ulteriori 3 gruppi di tipo metodologico: variazione, scadenza, modulazione). L'impatto degli impegni sugli stakeholder interni (azionisti) ed esterni (clienti, istituzioni, concorrenti, comunità) è riconducibile a differenti aspetti. In particolare:

- maggiore soddisfazione dei clienti wholesale e retail, ottenibile grazie alla promozione dell'innovazione nei processi interni, lo sviluppo e il miglioramento qualitativo della rete fissa d'accesso e dei relativi servizi, la riduzione del contenzioso;
- sviluppo della competizione leale tra concorrenti, considerata funzionale all'interesse del Gruppo, del mercato, dei clienti e degli stakeholder in genere, promuovendo la parità di trattamento tecnica ed economica tra le funzioni commerciali di Telecom Italia e gli altri operatori;
- mantenimento di condizioni concorrenziali nella transizione verso le reti di nuova generazione, per assicurare la realizzazione di una rete aperta in grado di offrire alla comunità servizi di qualità elevata;
- evoluzione della rete fissa d'accesso più trasparente per i concorrenti e le Istituzioni attraverso la comunicazione dei piani tecnici per la qualità e lo sviluppo delle infrastrutture;
- recepimento delle istanze provenienti dall'AGCOM, dalle associazioni dei consumatori e dagli operatori alternativi, contribuendo a sviluppare un modello di relazione e soluzione dei problemi attraverso rapporti costruttivi, fondati su un clima di fiducia e di confronto continuo.

Fondamentali per gli impegni sono lo sviluppo di una nuova cultura centrata sul concetto di Equivalence¹ e il ruolo di Open Access, la struttura aziendale responsabile della fornitura dei servizi di accesso alla direzione commerciale Retail di Telecom Italia e agli operatori alternativi attraverso NWS (per ulteriori informazioni cfr. il paragrafo *Servizi agli OLO*). La rete di accesso è un'infrastruttura di primaria importanza per l'intero Paese attraverso la quale i player alternativi di mercato collegano le proprie infrastrutture e offrono servizi alla comunità. Le attività di Open Access e NWS per la produzione e la vendita di servizi di accesso sono separate e gestite autonomamente dalle altre funzioni commerciali del Gruppo.

Sempre nel 2008 è stato costituito l'Organo di Vigilanza, un comitato di garanzia che verifica la corretta esecuzione degli impegni, la parità di accesso degli altri operatori all'infrastruttura di rete fissa e il raggiungimento degli obiettivi di qualità del servizio.

Nel mese di novembre 2011 AGCOM, con la delibera 600/11/CONS, ha riconosciuto la piena attuazione degli impegni da parte di Telecom Italia pur proseguendo le attività di monitoraggio specialmente con riferimento ad alcuni aspetti di particolare rilevanza rispetto alle garanzie di Equivalence (nuovo sistema di provisioning, data base informativi e indicatori di parità di trattamento).

A valle della Delibera AGCOM 1/12/CONS, con cui Telecom Italia è stata designata come operatore avente significativo potere di mercato anche sui servizi di accesso NGAN, a partire dal luglio 2012 il modello di equivalence è stato esteso anche a tali servizi.

¹ Il concetto di Equivalence, introdotto con la Delibera 718 del 2008 supera il concetto di parità di trattamento di cui alla Delibera 152 del 2002. In sintesi "essere equivalenti" significa:

- porre in essere comportamenti non discriminatori nei confronti dei concorrenti; ovvero servire i clienti degli altri operatori come fossero clienti retail di Telecom Italia, fornendo gli stessi servizi alle stesse condizioni e, soprattutto, con un identico livello di qualità;
- assicurare trasparenza al mercato, rendendo pubbliche le informazioni tecniche, economiche e commerciali, che includono i termini e le condizioni per la fornitura e l'uso dei servizi e le caratteristiche e i piani di sviluppo della rete di accesso;
- garantire l'accesso e l'uso delle risorse di rete, accogliendo tutte le richieste ragionevoli degli OLO;
- definire prezzi orientati ai costi disponendo di contabilità specifiche degli stessi.



Il modello di equivalence, costantemente presidiato dall'AGCOM e dall'Organo di Vigilanza, si è evoluto accogliendo le disposizioni definite dall'Autorità in merito allo sviluppo delle reti di nuova generazione con particolare riferimento alle modalità di realizzazione degli obblighi di co-locazione e accesso al cabinet (Delibere 747/13/CONS e 155/14/CONS).

A valle della Raccomandazione UE del 2013 sulla non discriminazione¹ che individua nell'Equivalence of Input (Eol) il modello di equivalence più appropriato per garantire la piena parità di trattamento interna esterna sui servizi NGA e della Raccomandazione UE sui nuovi mercati rilevanti del 2014² l'Autorità, con delibera n. 42/15/CONS, ha proceduto ad aggiornare la consultazione pubblica concernente l'identificazione ed analisi dei mercati dei servizi di accesso alla rete fissa effettuando una valutazione approfondita della proporzionalità dell'obbligo di Eol applicata al contesto italiano, al fine di definire il modello di equivalence più idoneo per il periodo regolamentare di riferimento. Tenuto conto delle risultanze della consultazione, l'Autorità ha elaborato uno schema di delibera che è stato sottoposto all'esame della Commissione Europea ed è ora in attesa di pubblicazione finale.

L'Autorità ha rilevato che l'applicazione del principio di Eol non risulta proporzionata né per i servizi su rete in rame né per i servizi su rete NGA. AGCOM ha richiesto a Telecom Italia un rafforzamento del proprio modello di Equivalence of Output (EoO) con riferimento soprattutto alle seguenti aree:

- key performance indicators e obiettivi di qualità;
- governance dell'EoO;
- SLA³ e penali;
- basi di dati a disposizione degli operatori alternativi;
- disaggregazione dei servizi accessori.

In data 5 novembre 2015, il CdA del Gruppo ha approvato un nuovo modello di equivalence, finalizzato a rafforzare ulteriormente l'efficienza e l'efficacia dei processi di attivazione e manutenzione dei servizi di accesso wholesale della rete fissa di Telecom Italia forniti alle proprie direzioni commerciali e agli OLO, che rispecchia i recenti orientamenti regolamentari. Il nuovo modello di equivalence pone sullo stesso piano le divisioni commerciali di Telecom Italia e degli OLO, per un rafforzamento della parità di trattamento interna-esterna e una maggiore trasparenza nella gestione delle richieste di attivazione delle linee.

Al fine di attuare quanto sopra è stata introdotta una modifica nella struttura organizzativa della Società che ha portato Open Access e NWS ad essere gerarchicamente dipendenti dallo stesso responsabile della Direzione Wholesale, come descritto nel paragrafo *Servizi agli OLO*.

Relazioni con le Autorità per la regolamentazione e la concorrenza in Brasile

TIM Brasil mantiene relazioni partecipative e collaborative con ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações) e CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica), le autorità che si occupano, rispettivamente, di regolamentazione nel settore delle telecomunicazioni e di concorrenza e mercato.

Con ANATEL TIM Brasil coopera per lo sviluppo del dibattito su un quadro regolatorio delle telecomunicazioni che faciliti la crescita del settore e dell'intera economia. Il dialogo è volto principalmente all'identificazione dei temi più rilevanti e alla riduzione delle barriere tipiche del settore, in particolar modo per lo sviluppo di importanti testi regolatori su temi come la gestione dello spettro delle frequenze, la qualità del servizio, l'interconnessione e la condivisione della rete, la copertura delle aree rurali.

TIM Brasil ha una relazione trasparente e collaborativa con CADE, verso il quale ha l'obbligo di notificare fusioni, acquisizioni e accordi e di fornire per tempo l'informativa richiesta. Inoltre, l'Azienda promuove dibattiti e studi e coopera con le Istituzioni accademiche per sostenere la ricerca sulle politiche in merito al mercato e alla competizione.

¹ Raccomandazione della Commissione dell'11 settembre 2013 (2013/466/UE) relativa all'applicazione coerente degli obblighi di non discriminazione e delle metodologie di determinazione dei costi per promuovere la concorrenza e migliorare il contesto per gli investimenti in banda larga.

² Raccomandazione della Commissione del 9 ottobre 2014 (2014/710/UE) relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche che possono essere oggetto di una regolamentazione ex ante ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica.

³ Service Level Agreements.



Enti e Istituzioni

[G4-DMA Public Policy] Telecom Italia intende mantenere un rapporto collaborativo e trasparente con le Istituzioni nazionali e sovranazionali con l'obiettivo di facilitare il dialogo sui temi di interesse comune e assicurare una corretta rappresentazione della posizione del Gruppo.

I nostri interlocutori in questo ambito sono:

- le Istituzioni nazionali centrali: Parlamento, Governo, Ministeri, PA;
- le Istituzioni locali e loro associazioni;
- AGCOM, AGCM, il Garante per la protezione dei dati personali, l'Authority per l'energia elettrica, il gas e il sistema idrico;
- le Istituzioni europee e internazionali: la CE, il Consiglio e il Parlamento Europeo, il BEREC¹, l'OCSE², l'ONU³, il Global Compact, l'UNEP⁴, l'UNFCCC⁵, l'ITU⁶ e altre agenzie dell'ONU.

Istituzioni nazionali e centrali

L'attività di relazione avviene principalmente con i parlamentari componenti le Commissioni di Camera e Senato coinvolti su temi di possibile impatto aziendale come, per esempio, quelli di natura economico-finanziaria, privacy, telecomunicazioni, internet e TV. Anche la partecipazione alle audizioni parlamentari rappresenta un modo per approfondire tematiche specifiche e creare opportunità di confronto su temi oggetto di dibattito parlamentare.

Nei confronti delle Istituzioni, l'attività di presidio legislativo si concretizza spesso nella predisposizione e presentazione di proposte emendative ai singoli provvedimenti.

Telecom Italia fornisce inoltre il proprio supporto informativo ai Ministeri (prevalentemente al Ministero dello Sviluppo Economico) per l'attività relativa al sindacato ispettivo (interrogazioni parlamentari) nei confronti del Gruppo.

L'attività legislativa nazionale, oggetto di specifica attenzione e presidio da parte di Telecom Italia, nel corso del 2015, ha riguardato principalmente i disegni di legge all'esame delle Camere e i decreti legge varati dal Governo Renzi di possibile impatto sul comparto delle comunicazioni elettroniche.

E' stato quindi oggetto di costante monitoraggio l'iter dei seguenti provvedimenti legislativi:

- Legge n. 115 del 29 luglio 2015 "Legge Europea 2014", che reca una disposizione in materia di diritti amministrativi nel settore delle comunicazioni: la disposizione, finalizzata alla chiusura della procedura d'infrazione n. 2013/4020 della Commissione Europea, individua le attività svolte dal Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) e da AGCOM da finanziare con contributo a carico degli operatori (confermando l'attuale meccanismo di contribuzione), ed introduce l'obbligo per MISE ed AGCOM di pubblicare un rendiconto annuale dei costi sostenuti per le attività di rispettiva competenza;
- Decreti del Ministero dell'Ambiente (attuativi del DL 179/2012 cd."Decreto crescita bis") che recano:
 - ◆ linee guida concernenti le modalità di fornitura dei dati di potenza degli impianti radiomobili da parte degli operatori e la determinazione dei fattori di riduzione della potenza degli impianti stessi;
 - ◆ linee guida concernenti la determinazione dei valori di assorbimento dei campi elettromagnetici da parte delle strutture degli edifici. Tali linee guida rivestono particolare importanza per gli operatori, in quanto tese a facilitare un effettivo deployment delle reti LTE/4G;
- Disegno di legge di riforma del titolo V della Costituzione, attualmente all'esame del Parlamento, che abolisce la c.d. "potestà legislativa concorrente" tra Stato e Regioni e riporta l'ordinamento della comunicazione nell'ambito della potestà legislativa esclusiva dello Stato. Questa modifica del dettato costituzionale è finalizzata a superare il contenzioso concernente la competenza legislativa a disciplinare tale materia tra Stato e Regioni, con particolare

¹ Body of European Regulators for Electronic Communication.

² Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico.

³ Organizzazione per le Nazioni Unite.

⁴ United Nations Environment Programme.

⁵ United Nations Framework Convention on Climate Change.

⁶ International Telecommunication Union.



riferimento all'installazione delle infrastrutture di comunicazioni elettroniche fisse e mobili.

- Legge n. 183 del 10 dicembre 2014 in materia di politiche del lavoro “Jobs Act”, che ha previsto, tra l'altro, anche la delega governativa a riformare la disciplina dei contratti di solidarietà. Il Gruppo è concentrato, in particolare, sull'iter di approvazione dei relativi decreti legislativi attuativi, ed in particolare su quello recante “Disposizioni per il riordino della normativa in materia di ammortizzatori sociali in costanza di rapporto di lavoro” (D.Lgs. n. 148 del 14 settembre 2015) che modifica l'istituto dei contratti di solidarietà qualificandoli come causale della cassa integrazione straordinaria ed assoggettandoli alla relativa disciplina. Il D.Lgs., inoltre, ripropone sostanzialmente la previgente disciplina dei contratti di solidarietà cd. “espansiva”.
- Legge di Stabilità 2016 (Legge 208/2015) che reca diverse disposizioni di carattere generale di natura fiscale e previdenziale d'interesse, quali ad esempio: la proroga (introdotta dalla legge di Stabilità 2015), della decontribuzione a favore dei datori di lavoro, per le nuove assunzioni a tempo indeterminato effettuate nel 2016; la proroga della detassazione (ridotta del 10%) per il 2016 del salario di produttività dei lavoratori, per redditi fino a 50.000 euro; la previsione di una riduzione dell'IRES di tre punti percentuali per il 2016 e di un altro mezzo punto nel 2017; disposizioni volte a rafforzare l'acquisizione centralizzata di beni e servizi da parte della PA per talune categorie merceologiche di uso ricorrente e volte a razionalizzare i processi di approvvigionamento di beni e servizi relativi all'ICT da parte della PA. In materia previdenziale, la legge reca numerose disposizioni quali: la previsione di misure in materia di salvaguardia dei lavoratori dall'incremento dei requisiti di accesso al sistema pensionistico attuale; l'estensione al 2016 di un regime sperimentale per le donne che intendono lasciare il lavoro (con applicazione del sistema contributivo, con 35 anni di contributi e 57/58 anni di età); introduzione di norme finalizzate ad accompagnare i lavoratori del settore privato più anziani (tramite forme di part time) al pensionamento in maniera attiva.
- Disegno di legge annuale per la concorrenza, attualmente all'esame del Parlamento, che reca disposizioni di specifico interesse aziendale in materia di: eliminazione di vincoli per il cambio di fornitore di servizi di comunicazioni elettroniche e di media audiovisivi; durata massima dei contratti comprensivi di offerte promozionali pari a 24 mesi; acquisizione della prova del previo consenso del cliente, da parte dei gestori dei servizi di telefonia, ai fini dell'addebito del costo dei servizi in abbonamento offerto da terzi; semplificazione delle procedure di identificazione del cliente ai fini della migrazione tra operatori di telefonia mobile.
- DDL in materia di class action, attualmente all'esame del Parlamento che, con l'obiettivo di potenziare tale mezzo di tutela, introdurrebbe una nuova disciplina dell'azione collettiva risarcitoria mediante un ampliamento dell'ambito oggettivo e soggettivo di applicazione e la previsione di incentivi economici per il promotore dell'azione.
- Legge n. 124 del 7 agosto 2015 recante “Deleghe al Governo in materia di riorganizzazione della PA” che reca una delega al Governo ad emanare (entro 8 mesi dalla data di entrata in vigore della legge) uno o più decreti legislativi per la ristrutturazione e la razionalizzazione delle spese relative alle prestazioni inerenti alle intercettazioni e quelle funzionali all'utilizzo delle prestazioni medesime. Uno dei principi, cui il Governo dovrà attenersi nell'esercizio della delega, prevede che la revisione delle voci di listino per prestazioni obbligatorie debba tener conto dell'evoluzione dei costi e dei servizi in modo da conseguire un risparmio di spesa di almeno il 50% rispetto alle tariffe stabilite con listino attualmente vigente. La legge di riforma PA introduce inoltre, tra i principi direttivi della delega al Governo, quello secondo cui i pagamenti digitali ed elettronici effettuati con qualunque modalità, compreso l'utilizzo del credito telefonico per i micropagamenti, rappresentino il mezzo principale per i pagamenti dovuti alla PA e gli esercenti servizi di pubblica utilità.

E' stato inoltre oggetto di specifico monitoraggio il piano del Governo (approvato il 3 marzo 2015 dal Consiglio dei Ministri) concernente la Strategia italiana per la banda ultralarga e la crescita digitale 2014-2020. Le due strategie mirano a colmare il divario digitale del Paese sul fronte infrastrutturale e nei servizi, al fine di conseguire gli obiettivi previsti dall'Agenda Digitale Europea. Nello specifico, il nuovo piano Nazionale per la banda ultralarga propone di rimediare al gap infrastrutturale creando le condizioni più favorevoli allo sviluppo integrato delle infrastrutture di TLC fisse e mobili, attraverso una serie di azioni, tra cui un mix di investimenti pubblico-privati, in cui l'intervento pubblico si realizzerà utilizzando vari strumenti e sarà



calibrato diversamente a seconda della zona e dell'appetibilità commerciale per gli operatori privati.

Sono infine oggetto di monitoraggio alcune indagini conoscitive parlamentari, tra cui quella sui servizi media audiovisivi e radiofonici, che si è svolta presso la Commissione Trasporti, Poste e TLC della Camera. Lo scopo di tale indagine è stato quello di verificare se la vigente normativa sia adeguata a regolamentare il processo di convergenza tecnologica tra servizi tradizionali di emittenza televisiva ed internet, con la possibilità di fruire dei contenuti audiovisivi tramite molteplici piattaforme; in tale ambito, Telecom Italia è stata chiamata in audizione il 10 marzo 2015.

Istituzioni nazionali locali

[G4-DMA Indirect Economic Impacts] A livello locale Telecom Italia dialoga costantemente con le Istituzioni su tematiche di carattere generale relative al settore delle comunicazioni elettroniche, con particolare riferimento allo sviluppo delle reti e ad altre tematiche di interesse per il business aziendale. L'obiettivo è quello di risolvere i problemi rilevati, indirizzare la produzione normativa locale al rispetto del quadro di riferimento nazionale, promuovere l'immagine del Gruppo e rappresentarne la posizione al riguardo. Il dialogo si svolge sia direttamente con gli enti locali sia con le loro associazioni rappresentative: ANCI e UPI.

Il monitoraggio e l'interazione costante con i centri decisionali delle Istituzioni locali avvengono per mezzo di audizioni, anche attraverso la presentazione di documenti di posizionamento relativi alla produzione normativa locale, partecipazioni ai workshop, lavori delle commissioni regionali e tavoli di lavoro specialistici. Inoltre Telecom Italia organizza frequentemente iniziative di comunicazione su tematiche specifiche di interesse locale.

Fondamentale è il coordinamento con le funzioni aziendali operanti a livello territoriale per acquisire informazioni riguardo alle istanze e alle aspettative provenienti dalle Istituzioni locali e predisporre le soluzioni idonee.

Tra i temi principali, oggetto di dialogo con gli enti locali nel corso del 2015, si evidenzia:

- lo sviluppo delle nuove reti ultra broadband (NGAN - Next Generation Access Network) e del nuovo standard LTE (Long Term Evolution), la copertura territoriale e l'aumento della digital inclusion;
- la stipula di protocolli con gli enti locali per favorire nei lavori di scavo l'utilizzo di tecniche non invasive (minitrince), anche per accelerare lo sviluppo della copertura delle reti di accesso di nuove generazione;
- proposte di leggi regionali e regolamenti comunali in materia di installazione di impianti di telefonia mobile e campi elettromagnetici (ad esempio Legge Umbria, Regolamento Comune di Roma, Regolamento Urbanistico Comune di Firenze, Regolamento Urbanistico Venezia, ecc), al fine di rappresentare le esigenze aziendali (anche attraverso la presentazione di osservazioni, emendamenti e la partecipazione ad audizioni) consentendo un'equa coesistenza dei diversi interessi coinvolti, nell'ottica di semplificare la normativa e omogeneizzarla alle disposizioni nazionali di riferimento;
- proposte di regolamento scavi, al fine di uniformare l'iter autorizzatorio e la relativa disciplina a quanto previsto dalle norme di riferimento nazionali, anche in ottica di ulteriore semplificazione a livello locale;
- la rimozione di impianti di telefonia pubblica (cabine telefoniche) per la quale è stata anche prevista una fase d'ascolto dei cittadini nell'ambito della procedura concordata con l'AGCOM;
- la promozione di iniziative di digital inclusion di Telecom Italia per favorire l'apprendimento delle nuove tecnologie e il loro corretto uso, anche attraverso la ricerca di forme di collaborazione con i comuni, partnership e rilascio di patrocini;
- la diffusione dell'innovazione e della cultura digitale, anche promuovendo la realizzazione di accordi/partnership con le pubbliche amministrazioni;
- la promozione del sistema dei servizi digitali di Telecom Italia per la realizzazione di smart cities e in particolare il sostegno alle città di Genova, Torino, Milano, Napoli e Firenze. Al riguardo si segnala la partecipazione alle attività in qualità di soci fondatori: all'associazione Genova Smart City e alla Fondazione Torino Wireless (distretto tecnologico ICT che vede il coinvolgimento di Istituzioni nazionali e locali, università e centri di ricerca, imprese e istituti finanziari), la collaborazione con il Comune di Torino e la Fondazione Torino Smart City per la presentazione di progetti collaborativi attivabili nell'ambito delle iniziative Smart City;
- la realizzazione di una sperimentazione di didattica digitale presso alcune scuole della Regione Lombardia, la quale segue la stipula di un protocollo con l'USR Lombardia;



- lo svolgimento di attività di ricerca condotta in collaborazione con l'Università Bocconi, finalizzata allo studio delle agende urbane in otto comuni italiani: Bergamo, Cuneo, Ferrara, Belluno, Pescara, Ancona, Taranto, Siracusa;
- la redazione di policy report regionali finalizzati a fare il punto sullo stato dell'arte e sull'evoluzione delle politiche regionali in materia di servizi digitali, infrastrutture di rete, agenda digitale e smart cities. Nella terza edizione, 2015, sono stati introdotti consistenti ampliamenti con l'implementazione di ulteriori informazioni nonché di un nuovo capitolo sulla strategia regionale che sintetizza i programmi di sviluppo regionale di natura strategica ed economica alla luce della nuova programmazione 2014-2020 dei fondi comunitari disponibili. L'edizione 2015 è tuttora in corso di lavorazione e si prevede di terminare l'analisi di tutte le Regioni italiane nei primi mesi dell'anno 2016.

Istituzioni comunitarie e internazionali

Le relazioni con le Istituzioni comunitarie e sovranazionali sono sia di tipo istituzionale (per esempio partecipazione a piattaforme di discussione, consultazioni pubbliche, workshop, riunioni delle Commissioni parlamentari) sia di tipo collaborativo (incontri con la Commissione UE, con i Rappresentanti Permanenti degli Stati Membri presso la UE, con il Parlamento Europeo, con Agenzie o gruppi di lavoro e studi specialistici sotto l'egida delle Istituzioni UE quali, ad esempio, il Centre for the European Policy Studies, ecc.). Il posizionamento verso il BEREC e la Commissione avvengono attraverso azioni individuali e/o con la partecipazione degli altri operatori.

Tra le tematiche affrontate a livello europeo, oggetto dei principali atti normativi/regolamentari d'interesse del Gruppo, si citano, a titolo non esaustivo, la review del quadro regolamentare che comporta la revisione degli obblighi di accesso alle reti, la riforma del servizio universale, e la revisione dell'assetto istituzionale dei poteri della Commissione e del BEREC nell'implementazione del nuovo quadro; la revisione comporta un complesso processo di adozione che coinvolge Parlamento e Consiglio per l'adozione di nuove regole verso il 2020. Telecom Italia partecipa attivamente alle numerose consultazioni pubbliche lanciate dalla CE e dal BEREC sulla base della strategia del Mercato Unico Digitale (e della strategia sul Mercato Unico), in particolare le consultazioni sulla revisione del quadro telecomunicazioni, le piattaforme online e ruolo degli intermediari, il ruolo degli Over The Top (OTT) e sulla regolamentazione dei servizi Internet of Things (IoT). Di particolare rilievo sono inoltre il nuovo regolamento sulla protezione dei dati, la partecipazione al tavolo di stakeholder per la redazione delle nuove regole sugli acquisti online, le procedure di notifica delle decisioni delle Autorità di regolamentazione nazionali presso la Commissione ex art. 7, l'implementazione della nuova raccomandazione sui mercati rilevanti, i documenti oggetto di consultazione pubblica del BEREC, i documenti interpretativi del quadro regolamentare e della sua implementazione discussi e adottati nell'ambito del programma annuale di lavoro del BEREC, la revisione della Direttiva sui servizi di pagamento, la partecipazione ai gruppi di esperti sul Cloud Computing (C-SIG) in merito alla stesura di Service Level Agreement standard -SLA-, di un Codice di Condotta sulla protezione dei dati in ambito cloud e alla stesura delle clausole contrattuali standard per i servizi cloud, il processo di adozione della nuova Direttiva sulla cybersicurezza e la piattaforma NIS¹, il nuovo regolamento sull'identità elettronica e i servizi fiduciari e relativi atti implementativi.

Telecom Italia è inoltre particolarmente attiva sui tavoli europei e internazionali relativi alla distribuzione dei contenuti digitali e la protezione dei diritti, in particolare su temi quali la revisione del copyright nello scenario digitale (oggetto di future iniziative europee) e il suo enforcement, la revisione della Direttiva europea su radiodiffusione via satellite e ritrasmissione via cavo, le discussioni e le proposte relative alla responsabilità degli operatori/ISP, in particolare quelle relative alle azioni degli hosting providers per il contrasto delle attività illecite online, la riforma della direttiva europea sui servizi media audiovisivi. Con riferimento alla tutela dei minori, Telecom Italia partecipa a un'iniziativa particolarmente rilevante a livello UE volta ad accrescere la sicurezza dei minori quando navigano in internet: ICT Coalition for Children Online, tavolo delle industrie ICT europee, che prevede momenti di confronto semestrali con le Istituzioni europee e gli stakeholders di riferimento (es. ONG). L'attività della piattaforma "Better Internet for Kids" (tavolo lanciato dalla Commissaria Kroes nel 2011) a cui il Gruppo partecipa, verrà rilanciata nei prossimi mesi su spinta dell'attuale DG della DGConnect. Inoltre Telecom Italia segue con attenzione gli sviluppi dei diversi accordi commerciali che l'Europa sta negoziando con altre realtà geografiche (es. TTIP, TiSA, etc.).

Per quanto riguarda i rapporti con l'ONU, particolare rilievo assumono le attività svolte nell'ambito del Global Compact (GC) che si sostanziano nella partecipazione al gruppo di lavoro sui Diritti Umani organizzato dal GC network Germania e

¹ Network and Information Security



alle attività varie del network italiano. Telecom Italia e Tim Brasil, le due società del Gruppo che hanno aderito al Global Compact, compilano annualmente la “Communication on Progress”, il documento che riporta i progressi registrati dalle aziende nella promozione e applicazione concreta dei dieci principi del Global Compact. La CoP redatta da Telecom Italia nell'estate 2015 e relativa all'intero 2014 le riconosce lo status di “Active” e il livello di “Advanced” (conformità ai ventuno criteri richiesti). Per ulteriori informazioni a riguardo si rimanda al paragrafo Diritti Umani e al sito telecomitalia.com.

Telecom Italia partecipa attivamente in qualità di sector member all'ITU (agenzia dell'ONU per le telecomunicazioni internazionali), nei tre settori in cui è suddiviso (ITU Radiocommunication Sector, ITU Telecommunication Standardization Sector, ITU Telecommunication Development Sector). E' parte dell'ITU Child Online Protection (COP), piattaforma dell'ITU in materia di protezione dei minori. L'Azienda partecipa, inoltre, regolarmente agli eventi dell'ITU.

Telecom Italia segue attivamente i lavori dell'OCSE, attraverso il BIAC (associazione che raggruppa una serie di aziende dei paesi membri) e la rappresentanza permanente dell'Italia presso l'OCSE, e quelli dei Comitati competenti su materie di rilevanza per l'Azienda tra cui, il CDEP (Comitato per l'Economia Digitale) e i rispettivi gruppi di lavoro, come il Working Party (WP) per le Politiche delle Infrastrutture e dei Servizi della Comunicazione, il WP per la Sicurezza e la Privacy, il Comitato per la competitività, il Comitato sulla politica dei consumatori, nonché il Comitato in materia di governance e anti-corruzione. Le questioni trattate durante il 2015 hanno riguardato le discussioni e i lavori preparatori alla riunione Ministeriale OCSE prevista a maggio 2016 a Cancun, (Messico), la revisione delle raccomandazioni OCSE in materia di commercio elettronico, la revisione delle raccomandazioni OCSE su International Mobile Roaming, la raccomandazione sulla sicurezza digitale ed il risk management, la convergenza digitale, nonché il tema degli accordi bilaterali di investimento e, in particolare, la questione delle clausole protezione degli investimenti e risoluzione delle controversie investitore-Stato (ISDS).

Telecom Italia si interfaccia con le Istituzioni, in particolare quelle sovranazionali, sia in via individuale che nella sua qualità di membro di alcune associazioni di rilievo attive sulla scena europea e internazionale, quali ad esempio ETNO, GSMA, Business Europe, TABC.

I rapporti con le Istituzioni in Brasile

TIM Brasil ha instaurato relazioni eccellenti con tutte le Istituzioni governative e parlamentari e con le autorità regolatorie. Il dialogo, frequente e costruttivo, si basa su proposte oggettive e posizioni il cui scopo spesso va oltre gli interessi aziendali e coinvolge l'intero settore.

A livello federale, le relazioni con il Governo avvengono principalmente con il Ministero delle Comunicazioni e anche con i dipartimenti rilevanti della Presidenza del Consiglio e dei ministeri che si occupano di sviluppo economico, giustizia, formazione, ricerca ed enti locali. TIM ha inoltre sviluppato un fitto dialogo con i membri dei Comitati parlamentari che hanno pertinenza, anche se non esclusiva, su tematiche di natura economico/finanziaria, privacy, telecomunicazioni e tutela del consumatore.

A livello locale, TIM Brasil è in costante contatto con le Istituzioni e le Autorità locali su tematiche relative alle telecomunicazioni e, in particolare, sullo sviluppo delle infrastrutture e la copertura della rete, così come su tematiche di interesse specifico delle comunità locali.

Nella pratica quotidiana, le attività di engagement con le Istituzioni si concretizzano nella formulazione di proposte, stimolo al dibattito, partecipazione attiva in audizioni pubbliche e in incontri su temi specifici con gli stakeholder coinvolti.

Le principali associazioni di categoria di cui fa parte TIM Brasil sono:

- ABR Telecom (associazione brasiliana delle risorse di telecomunicazioni), per la gestione centralizzata e condivisa delle soluzioni di telecomunicazioni di tematiche TLC;
- TelComp (associazione brasiliana per la competitività delle telecomunicazioni), che rappresenta gli interessi di 60 operatori per la competitività del settore;
- SINDITELEBRASIL (sindacato nazionale degli operatori di telecomunicazioni), che lavora al fine di coordinare, difendere e rappresentare in sede legale le aziende associate, che include tutti gli operatori di telefonia fissa e mobile;
- GSMA che rappresenta gli interessi degli operatori mobili nel mondo. GSMA America Latina è un partner fondamentale nel discutere i temi che interessano il settore, che spaziano dalle gestione e allocazione delle frequenze, alla protezione dei consumatori, fino alle attività che possono avere un impatto positivo sulla reputazione del settore (l'Azienda



partecipa all'iniziativa We Care);

- ASIET (associazione latino americana dei centri di ricerca e delle aziende di telecomunicazione) che, focalizzandosi su studi e ricerche, ha l'obiettivo di trovare un punto di convergenza tra le varie sfide del mondo delle telecomunicazioni in America Latina attraverso il dialogo tra il pubblico e il privato.

Inoltre, le attività di TIM Brasil, a livello regionale e locale, sono supportate dalle attività dell'Istituto TIM che ha come obiettivo il progresso sociale del Brasile tramite attività e progetti che massimizzano il potenziale del network mobile. Dal 2013, l'Istituto TIM ha realizzato progetti in oltre 350 realtà locali in 24 stati.



**ESSERE SOSTENIBILI IN
TELECOM ITALIA**



Affidabilità, innovatività, copertura e capillarità del network sono al centro delle aspettative degli stakeholder di un operatore di TLC. Telecom Italia ha un ruolo rilevante nei Paesi in cui opera in virtù della crescente importanza delle tecnologie delle comunicazioni per la vita delle persone e per lo sviluppo economico e sociale delle comunità. **[G4-2]** Il contributo economico del Gruppo nei Paesi in cui opera è descritto nel capitolo *Il Gruppo Telecom Italia*, mentre gli aspetti sociali sono riportati nel capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale*. E' un dovere, per un'azienda sostenibile, fare tutto il possibile per ridurre la propria impronta ambientale: Telecom Italia mette in atto numerose misure descritte in dettaglio nel capitolo *Tutela dell'ambiente*.

Infine, dal punto di vista sociale, le operazioni del Gruppo non si svolgono in Paesi ad alto rischio, e comunque Telecom Italia assicura il rispetto dei Diritti Umani e sociali lungo la catena del valore (cfr. *Policy Diritti Umani e Le persone di Telecom Italia*).

DIRITTI UMANI

[G4-DMA Investment], [G4-DMA Non-discrimination], [G4-DMA Freedom of Association and Collective Bargaining], [G4-DMA Child Labor], [G4-DMA Forced or Compulsory Labor], [G4-DMA Security Practices], [G4-DMA Indigenous Rights], [G4-DMA Assessment], [G4-DMA Supplier Human Rights Assessment], [G4-DMA Human Rights Grievance Mechanisms] L'analisi di materialità, condotta da Telecom Italia nel 2014 e confermata nel 2015, ha messo in evidenza, tra le tematiche ritenute materiali dagli stakeholder e dall'Azienda, quelle relative alla tutela dei Diritti Umani. Questo risultato, apparentemente sorprendente per un operatore di telecomunicazioni che opera in Paesi considerati a basso/medio rischio di violazione dei Diritti Umani, si basa su due ordini di motivazioni:

- la risonanza presso l'opinione pubblica degli eventuali episodi di violazione dei Diritti Umani, che può seriamente compromettere la reputazione aziendale;
- l'accezione molto ampia data al concetto di "diritto umano" da parte di Telecom Italia. Sono rientrati in questa sfera non solo i Diritti Umani di base, quali il diritto a una remunerazione decorosa, a non essere discriminati, a non dover subire un lavoro coatto, ecc., ma anche i diritti legati alla società dell'informazione, quali il diritto ad avere accesso alle informazioni, il diritto alla libertà di espressione (in particolare quella online), il diritto alla tutela della privacy e della sicurezza online, in particolare per i bambini, temi rilevanti per un'azienda di TLC.

Policy aziendali rilevanti: Policy per il Rispetto dei Diritti Umani del Gruppo, Codice Etico e di Condotta, Policy di Responsabilità Sociale del Gruppo, Policy sui Rapporti con i Fornitori, Procedura di segnalazioni per il Controllo Interno, Procedura di segnalazione al Collegio Sindacale, Carte dei servizi e Condizioni generali di abbonamento, Codici di autodisciplina per i servizi mobili e di condotta per i servizi a sovrapprezzo, Linee Guida per il marketing responsabile, Informative di Telecom Italia ai sensi dell'art. 13 del Codice privacy, disponibili sul sito telecomitalia.com.

Efficacia e monitoraggio: la Policy per il Rispetto dei Diritti Umani si applica a tutte le persone del Gruppo. La funzione People Value è responsabile dell'osservanza della Policy per quanto riguarda il coinvolgimento delle persone di Telecom Italia, la funzione Purchasing è responsabile del suo rispetto in relazione al coinvolgimento dei fornitori, la funzione Compliance presidia il rischio di non conformità alle normative di riferimento e la funzione Corporate Shared Value (CSV) è responsabile dell'aggiornamento della Policy (almeno ogni due anni). Inoltre CSV coordina il processo di due diligence nell'ottica del miglioramento continuo. Telecom Italia infine monitora e analizza attentamente le segnalazioni di eventuali violazioni dei Diritti Umani che pervengono tramite i meccanismi di segnalazione messi a disposizione degli stakeholder. L'esiguità di tali segnalazioni è una indicazione della bontà dei processi aziendali per la tutela dei Diritti Umani.



Business e Diritti Umani: i “Principi Guida” dell’ONU e la Direttiva dell’Unione Europea n° 95/2014

Nel 2011 il Consiglio dei Diritti Umani dell’ONU ha approvato all’unanimità gli “UN Guiding Principles on Business & Human Rights”¹, predisposti dal Prof. John Ruggie², considerandoli come il benchmark globale su “Business e Diritti Umani”.

I “Principi Guida” sono stati predisposti per rendere operativo il framework sui Diritti Umani³ fondato sui seguenti tre pilastri:

- il dovere degli Stati di proteggere le persone contro gli abusi dei Diritti Umani realizzati da terzi, comprese le imprese (gli Stati devono adottare le adeguate misure per prevenire, investigare, punire e risarcire tali abusi attraverso efficaci policy, provvedimenti legislativi, regolamenti e pronunciamenti);
- la responsabilità delle imprese di rispettare i Diritti Umani (le imprese devono evitare di causare o contribuire a causare - attraverso le proprie attività - gli impatti negativi sui Diritti Umani di altri);
- gli Stati e le imprese devono permettere il più ampio accesso ai rimedi efficaci alle vittime degli abusi dei Diritti Umani (gli Stati devono assicurare - attraverso mezzi giudiziari, amministrativi, legislativi o altri appropriati - che le persone abbiano accesso ad un efficace rimedio, quando accadono tali abusi all’interno del proprio territorio. Le imprese devono provvedere al rimedio degli impatti negativi - o cooperare allo stesso - attraverso processi legittimi, quando riconoscono di aver causato gli impatti negativi o contribuito a causarli).

Unione Europea

Allo scopo di rafforzare la responsabilità e la trasparenza delle grandi aziende, a fine 2014, il Parlamento e il Consiglio dell’Unione Europea hanno pubblicato la Direttiva 2014/95/EU sulla Gazzetta Ufficiale europea; tale Direttiva entrerà in vigore entro il 2017 (dopo la ratifica degli Stati membri) e riguarda la divulgazione di informazioni non finanziarie, tra le quali quelle riguardanti i Diritti Umani.

L’impegno di Telecom Italia

[G4-DMA Assessment] Dal 2008 al 2011 Telecom Italia è stata uno dei componenti del Global Compact Human Rights Working Group dell’ONU, costituito dal Global Compact Board nel 2006 con l’obiettivo di fornire l’input strategico sui Diritti Umani al Global Compact.

Dal 2012 Telecom Italia è uno dei componenti del *Peer Learning Group on Business and Human Rights*, costituito nell’ambito del *Global Compact Network Germania*.

Nel 2015 il Peer Learning Group ha svolto le seguenti principali attività:

- webinar di febbraio sul tema “sviluppo della policy sui Diritti Umani e coinvolgimento degli stakeholder – sfide e best practices”;
- meeting di maggio su “impatti e rischi sui Diritti Umani e impatti derivanti dalle attività aziendali – analisi metodologiche e case studies”;
- webinar di settembre sul tema “misurare, comunicare e valutare la performance dei Diritti Umani delle imprese - trend e aspettative”;
- meeting di novembre su “integrazione strategica dei topics sui Diritti Umani con i membri dei network spagnolo ed italiano del Global Compact”.

Si noti che, in virtù della trasversalità del tema dei Diritti Umani rispetto agli stakeholder del Gruppo, il presente paragrafo copre i KPI [G4-HR3], [G4-HR8], [G4-HR9], [G4-HR12], dello standard GRI G4. Nel capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale* sono esposti i KPI [G4-HR1], [G4-HR4], [G4-HR5], [G4-HR6], [G4-HR7], [G4-HR10], [G4-HR11], mentre nel capitolo *Le persone di Telecom Italia* sono esposti i KPI [G4-HR2], [G4-HR4], [G4-HR5], [G4-HR6], [G4-HR7].

¹ Principi Guida dell’ONU su Imprese e Diritti Umani.

² Nel 2005 Kofi Annan aveva nominato il Prof. Ruggie “Special Representative of the Secretary-General on the issue of human rights and transnational corporations and other business enterprises”.

³ Realizzato dal Prof. John Ruggie ed approvato dal Consiglio dei Diritti Umani nel 2008.



La due diligence sui Diritti Umani del Gruppo Telecom Italia

[G4-DMA-Reporting due diligence on Human Rights-a] Nel 2012, Telecom Italia ha preso parte al Company Coaching and Capacity Assessment on Business and Human Rights, organizzato dal Global Compact Network Germania, durante il quale è stato anche spiegato il tool OCAI (Organisational Capacity Assessment Instrument¹) per la due diligence sui Diritti Umani nelle imprese (richiesta espressamente dai “Principi Guida”). OCAI è un questionario di autovalutazione che riflette il contenuto dei “Principi Guida dell’ONU su Imprese e Diritti Umani”, costituito da ventidue domande riguardanti i principali elementi della responsabilità delle imprese sui Diritti Umani². Nella compilazione del questionario OCAI, per ogni domanda, l’impresa o funzione deve valutare la propria posizione – attuale e potenziale - in uno spettro di sei livelli, che va da “non dinamica” a “promoter dei Diritti Umani”³.

Tra gli obiettivi della due diligence ci sono:

- l’identificazione e mappatura dei rischi sui Diritti Umani che derivano dalle attività operative del Gruppo⁴;
- la conferma che ogni tematica sia disciplinata da apposito quadro normativo interno (ad es., policy, procedure), abbia un sistema di gestione che monitori e tracci le prestazioni regolarmente (se possibile attraverso opportuni indicatori, come quelli riguardanti la salute e la sicurezza), abbia le relative responsabilità assegnate;
- la definizione di un percorso di miglioramento graduale che, a partire dal semplice rispetto delle leggi locali, orienta le politiche e i processi dei Diritti Umani verso la condivisione con gli opportuni stakeholder, attraverso appropriate iniziative di coinvolgimento;
- l’evidenziazione degli eventuali divari o incoerenze tra le diverse funzioni dell’impresa e/o tra le diverse società del Gruppo;
- la possibilità del confronto sui Diritti Umani con le altre imprese.

[G4-HR9] Telecom Italia ha effettuato la prima due diligence interna sui Diritti Umani dall’autunno 2012 alla primavera 2014, sulla base dei “Principi Guida”⁵, l’utilizzo del questionario OCAI, ed il coinvolgimento delle due maggiori entità del Gruppo in termini di organico (la percentuale di dipendenti coperta è stata del 98%) e di investimenti, ovvero la BU Domestic (escluse Olivetti e Telecom Italia Sparkle) e la BU Brasile.

L’intero processo di due diligence è stato studiato e coordinato dalla funzione CSV, la quale ha invitato le funzioni e società del Gruppo coinvolte alla compilazione del questionario di autovalutazione⁶.

La funzione CSV ha esaminato i questionari compilati e condotto i relativi feedback con le funzioni italiane al fine di approfondire i contributi forniti e definire gli action plan delle autovalutazioni di livello due e tre (rispettivamente, il 3,1% e l’8,6% di tutte le risposte)⁷.

Infatti, se dal processo di autovalutazione emerge una situazione di potenziale rischio con riferimento ai Diritti Umani, la funzione interessata è tenuta a comunicare il relativo action plan a CSV, la quale monitorerà lo stato di avanzamento dei lavori.

In Italia, al termine dei feedback, è emerso quanto segue:

- su una scala da uno a sei, il voto medio di tutte le risposte è stato 4,4;
- la necessità di predisporre la policy dei Diritti Umani del Gruppo Telecom Italia (circa i 2/3 delle autovalutazioni insufficienti hanno riguardato questo aspetto);
- l’utilità di organizzare i corsi di formazione interni sui Diritti Umani.

Per la BU Brasile, a breve avranno luogo gli incontri di feedback con le funzioni brasiliane e si definiranno gli eventuali action plan.

¹ Realizzato da Twentyfifty Ltd con i finanziamenti della Fondazione del Global Compact Germania.

² Quattro domande riguardano l’eventuale policy sui Diritti Umani, quattro la valutazione degli impatti effettivi e potenziali sui Diritti Umani (derivanti dalle attività e relazioni di impresa), undici riguardano l’integrazione del rispetto dei Diritti Umani nei processi e funzioni dell’impresa, due domande concernono il tracciamento della risposta dell’impresa agli impatti negativi che ha provocato o concorso a provocare e la relativa comunicazione, ed infine il meccanismo di denuncia.

³ I due livelli più bassi identificano l’approccio reattivo ai Diritti Umani (rispettivamente, “non dinamico” e “reattivo”), il terzo costituisce l’approccio attivo (“gestione efficiente”), i tre livelli più alti rappresentano l’approccio proattivo ai Diritti Umani (dal basso verso l’alto, si ha “sperimentazione proattiva”, “integrazione strategica”, “promoter dei Diritti Umani”). Il tool non opera come esperto di compliance.

⁴ Tra i gruppi ritenuti vulnerabili, oltre ai minori, gli anziani e i disabili, Telecom Italia ha identificato le popolazioni indigene e il lavoro dei migranti.

⁵ La prossima sarà effettuata anche in considerazione delle Linee guida dello standard GRI (Global Reporting Initiative)-G4 (opzione comprehensive).

⁶ Telecom Italia non ha considerato la domanda riguardante le “conflict-affected areas” in quanto il Gruppo non opera in tali aree

⁷ Nessuna risposta di livello uno è stata fornita nel corso del primo round.



[G4-HR10] [G4-HR11] Anche i risultati degli audit sui Diritti Umani realizzati sui Fornitori del Gruppo Telecom Italia sono riportati nel Bilancio di sostenibilità e nella sezione di sostenibilità del sito web del Gruppo.

La Policy sui Diritti Umani del Gruppo

[G4-DMA-Reporting due diligence on Human Rights-b] Scopo della nuova Policy è rendere il rispetto dei Diritti Umani un requisito essenziale nello svolgimento delle attività operative di Telecom Italia. Sia in Italia sia nelle società estere, il Gruppo ha messo in atto i processi attraverso i quali s’impegna a rispettare i Diritti Umani e ha identificato quelli che possono essere influenzati negativamente dalle attività dell’Azienda, quali i:

- Diritti Umani fondamentali (ad es. orario di lavoro, retribuzioni eque, età minima per l’ingresso nel mondo del lavoro, accessibilità alle persone diversamente abili, tutela della maternità, lavoro forzato/obbligatorio/vincolato);
- diritti riguardanti la salute e la sicurezza;
- diritti concordati con i sindacati e inseriti nei Contratti di Lavoro Nazionali (in linea con i principi dell’Organizzazione Internazionale del Lavoro);
- **[G4-DMA Non-discrimination]** diritti riguardanti la diversità, l’uguaglianza e la non discriminazione.

La Policy si applica a tutte le persone del Gruppo e i diritti sopra riportati riguardano anche i terzi che entrano in rapporti di affari con Telecom Italia.

I processi interni del Gruppo considerano anche una serie di diritti della persona su cui incide il core-business, tra cui i diritti:

- all’accesso ai servizi di telecomunicazione e all’innovazione;
- alla privacy delle nostre persone e dei clienti del Gruppo e protezione dei loro dati personali;
- alla libertà di espressione, in particolare quella online, supportata dall’accesso alle tecnologie delle telecomunicazioni;
- derivanti dall’approccio aziendale di tolleranza zero verso qualsiasi forma di corruzione;
- potenzialmente violati dai servizi a valore aggiunto (ad esempio i servizi con contenuti riservati agli adulti e il gioco d’azzardo);
- dei bambini e dei giovani a essere protetti dal (cyber)bullismo o dalle molestie;
- dei nostri clienti ad una pubblicità responsabile;
- alla tutela dell’ambiente (in particolare i campi elettromagnetici);
- delle Comunità nelle quali Telecom Italia svolge la propria attività, con particolare attenzione ai gruppi vulnerabili di persone (ad es., diversamente abili, minori, anziani);
- connessi all’impiego della sicurezza armata, secondo i più elevati standard e prassi internazionali e con la più ampia trasparenza possibile.

La Policy prevede i meccanismi di denuncia non filtrata e anonima secondo quanto richiesto dalle procedure aziendali, disponibili sul sito del Gruppo.

Prima di essere pubblicata, la Policy del Gruppo è stata discussa nell’ambito dei network tedesco ed italiano del Global Compact ed approvata dal Presidente di Telecom Italia.

(In)Formazione sui Diritti Umani

[G4-DMA-Reporting due diligence on Human Rights-b] A valle della pubblicazione della Policy è stato organizzato un corso di formazione in aula a cui hanno partecipato i rappresentanti delle varie funzioni aziendali. Il corso è stato tenuto da una società esterna esperta in tematiche di sostenibilità¹ e ha visto la partecipazione del Direttore Generale di Amnesty International Italia.

Inoltre è stato predisposto un corso online per tutta la popolazione aziendale, disponibile su piattaforma di e-learning dalla fine del 2015, con ulteriori inviti alla partecipazione nel 2016.

Sia il workshop sia il corso online hanno evidenziato, tra l’altro:

- cosa sono i Diritti Umani e le principali Istituzioni internazionali che li disciplinano;
- le imprese ed i Diritti Umani, con focalizzazione sugli eventuali impatti prodotti dalla loro attività sui Diritti Umani;

¹ Avanzi Srl, maggiori dettagli sono disponibili sul sito www.avanzi.org



- l'importanza delle imprese che operano nel settore delle telecomunicazioni nella tutela dei Diritti Umani;
- Telecom Italia e i Diritti Umani: cosa possono fare - in caso di dubbio - le persone del Gruppo che svolgono attività sensibili per la protezione dei Diritti Umani;
- come e quando utilizzare il meccanismo di denuncia.

Le stesse attività saranno effettuate in TIM Brasil.

Segnalazioni e incidenti

[G4-DMA Human Rights Grievance Mechanisms] Il Codice Etico e di Condotta di Gruppo prevede che i dipendenti, i collaboratori, i consulenti, nonché i terzi in rapporto d'affari con il Gruppo e tutti gli stakeholder interessati dalla Policy per il Rispetto dei Diritti Umani segnalino tempestivamente – con riferimento alle attività e prestazioni di interesse del Gruppo – al Responsabile della Direzione Audit di Telecom Italia, anche per il tramite del superiore gerarchico, eventuali violazioni o concorso alla violazione di:

- norme di legge o di regolamento,
- prescrizioni del Codice Etico,
- policy e procedure interne.

e ogni irregolarità e/o negligenza. La gestione delle segnalazioni, anche di specifica competenza del Responsabile della Direzione Audit (c.d. “whistleblowing”), è un requisito Sarbanes-Oxley Act e dei “Principi Guida dell’ONU su Imprese e Diritti Umani”.

La procedura di segnalazioni per il Controllo Interno (cfr il capitolo *Il Gruppo Telecom Italia*, paragrafo *Il sistema di Corporate Governance*) prevede che il Responsabile della Direzione Audit, il quale risponde direttamente al CdA in autonomia ed indipendenza rispetto ai senior executive:

- garantisca la ricezione, protocollazione ed analisi preliminare delle segnalazioni pervenute;
- in base agli esiti dell’analisi preliminare, avvii (qualora necessario) una attività strutturata di audit;
- comunichi gli esiti delle analisi alle funzioni competenti, affinché intraprendano (se necessario) le opportune azioni correttive. La non conformità viene chiusa solo dopo un accertamento da parte della Direzione Audit dell’efficacia delle azioni correttive messe in campo dalle funzioni competenti;
- assicuri la tracciabilità e la conservazione della documentazione inerente alle segnalazioni pervenute ed alla loro analisi;
- effettui le attività di aggiornamento della procedura di segnalazione, nonché, di concerto con la funzione People Value, la sua diffusione interna.

La procedura è disponibile sia sulla intranet aziendale, sia sul sito web telecomitalia.com. I dipendenti sono stati sensibilizzati con una lettera dell’Amministratore Delegato e una news diffusa sulla intranet aziendale.

Nel corso del 2015, attraverso la procedura per il controllo interno, sono pervenute complessivamente 156 segnalazioni in Italia e 343 in Brasile, la maggior parte delle quali, sia in Italia che in Brasile, ha riguardato tematiche di tipo aziendale e presunti disservizi. Per quanto riguarda l’Italia, le 156¹ segnalazioni, di cui 44 anonime e 112 non anonime, sono così classificate:

- 86 di tipo “aziendale”(processi migliorabili, ecc.);
- 4 di tipo “personale” (dipendenti con situazioni di disagio, ecc.);
- 56 reclami di clienti (per disservizi);
- 10 “non pertinenti” rispetto all’obiettivo della procedura.

Per quanto riguarda il Brasile, le 343 segnalazioni sono state fornite 114 in forma anonima e 229 non anonima, così classificate:

¹ Delle 156, 31 sono pervenute per il tramite del Collegio Sindacale e 3 dell’Organismo di Vigilanza. Da inizio 2015 la Direzione Audit ha accentrato la conduzione gestionale di tutte le segnalazioni.



- 188 di tipo “aziendale”(processi migliorabili, ecc.);
- 28 di tipo “personale”(dipendenti con situazioni di disagio, ecc.);
- 116 reclami di clienti (per disservizi);
- 11 “non pertinenti” rispetto all’obiettivo della procedura.

Da novembre 2015 è in vigore la nuova procedura segnalazioni (“Procedura Whistleblowing”), che prevede la gestione accentrata, a cura della Direzione Audit, di tutte le segnalazioni tramite un applicativo informatico, al quale chi presenta la segnalazione può accedere dalla intranet aziendale. Da febbraio 2016, tale canale di segnalazione è accessibile anche dal sito internet di Gruppo. Per ciascuna segnalazione il sistema assegna un codice identificativo univoco, che consente al segnalante di verificarne lo stato di lavorazione, in modo del tutto anonimo.

Anche TIM Brasil utilizza un sistema di ricezione delle segnalazioni basato su un modulo, accessibile anche dal sito internet della società, che consente di acquisire la segnalazione su una casella di posta elettronica, dotata di sistemi di sicurezza informatica, per la successiva gestione della medesima.

[G4-HR12] Di seguito sono riportate le segnalazioni relative ai Diritti Umani pervenute attraverso il principale strumento che l’Azienda mette a disposizione di tutti gli stakeholder per segnalare qualsiasi tipo di irregolarità normativa o violazione del Codice Etico, della Policy sui Diritti Umani e dei “Principi Guida dell’ONU”, ovvero la procedura di segnalazioni per il Controllo Interno. Si noti che il concetto di Diritto Umano usato per la compilazione delle tabelle è lo stesso usato per la *due diligence* precedentemente esposta, in particolare, eventuali segnalazioni sostanziate relative alla non disponibilità sistematica dell’accesso al web sono state considerate violazioni del diritto all’accesso alla società dell’informazione. Per maggiori dettagli si rimanda alle tabelle riportate in *Appendice*.

Segnalazioni ricevute e gestite in Italia riguardanti i Diritti Umani

	2015	di cui sostanziate	2014	di cui sostanziate	2013	di cui sostanziate
Numero complessivo delle segnalazioni riguardanti i diritti umani pervenute attraverso i principali meccanismi di segnalazione	4	2	7	3	7	6
Di cui gestite durante il periodo di riferimento	4	2	7	3	7	6
Di cui risolte durante il periodo di riferimento	4	2	7	3	6	5
Numero totale di segnalazioni pervenute prima del periodo di rilevazione che sono state risolte nel periodo di riferimento	0	0	1	1	2	2

Segnalazioni ricevute e gestite in Brasile riguardanti i Diritti Umani

	2015	di cui sostanziate	2014	di cui sostanziate	2013	di cui sostanziate
Numero complessivo delle segnalazioni riguardanti i diritti umani pervenute attraverso i principali meccanismi di segnalazione	0	0	5	2	0	0
Di cui gestite durante il periodo di riferimento	0	0	5	2	0	0
Di cui risolte durante il periodo di riferimento	0	0	4	2	0	0
Numero totale di segnalazioni pervenute prima del periodo di rilevazione che sono state risolte nel periodo di riferimento	1	0	0	0	0	0



Le segnalazioni hanno riguardato la salute e sicurezza dei lavoratori, le relazioni con i fornitori, la privacy, la copertura della rete. I pochi casi in cui le segnalazioni sono risultate sostanziate, sono stati chiusi con azioni correttive. Il motivo per cui in Brasile sono state registrate segnalazioni solo a partire dal 2014 è che in precedenza i meccanismi di segnalazione non erano ancora stati strutturati e comunicati in modo efficace. A completamento del tema, nel corso del 2015, in Brasile si sono avute segnalazioni riguardanti questioni di lavoro, come indicato nel capitolo *Le persone di Telecom Italia*.

[G4-HR3], [G4-HR8] Nel Gruppo, negli ultimi 3 anni non sono stati segnalati incidenti relativi a discriminazioni o violazioni dei diritti delle popolazioni indigene¹.

OPPORTUNITA' E RISCHI SOCIO-AMBIENTALI DELLE OPERAZIONI DEL GRUPPO

[G4-2], [G4-14] Nonostante, come si è più volte sottolineato, le telecomunicazioni possano dare un notevole contributo al miglioramento dell'ambiente e della qualità della vita, allo stato attuale i servizi ICT indirizzati, per esempio, alla riduzione dei consumi energetici o alla medicina da remoto sono ancora servizi di nicchia. Tuttavia, godono di tassi di crescita positivi e verosimilmente avranno in futuro una vasta diffusione. I laboratori di Telecom Italia sono da tempo impegnati nella ricerca e nello sviluppo di questo genere di servizi, alcuni dei quali sono già passati dalla sperimentazione al mercato. È quindi già disponibile per i clienti un'ampia gamma di soluzioni volte a contenere i consumi energetici, abbattere le emissioni di CO₂, migliorare le prestazioni sanitarie e burocratiche, aumentare la sicurezza dei cittadini. Molti dei servizi a valenza socio-ambientale proposti da Telecom Italia sono discussi nei capitoli *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale (cfr. Clienti)* e *Tutela dell'ambiente (cfr. TIM eco-friendly)*. Inoltre, esempi di opportunità economiche derivanti da una gestione sostenibile delle attività aziendali sono discussi nel capitolo *Impatti sociali e ambientali delle operazioni* e loro aspetti economici della Relazione finanziaria annuale del Gruppo.

Di seguito sono elencati i più comuni rischi del settore delle telecomunicazioni inquadrabili come rischi socio/ambientali, accompagnati da un breve resoconto sulle azioni di mitigazione messe in campo da Telecom Italia.

Rischi Sociali

Al di là dei rischi comuni a qualsiasi grande azienda, legati allo sfruttamento del lavoro (meticolosamente evitati, in Telecom Italia, da un sistema di gestione che parte dalla Policy di Responsabilità Sociale del Gruppo - disponibile sul sito telecomitalia.com - e dagli accordi sindacali, si basa su articolate procedure di controllo che prevedono la presenza delle rappresentanze dei lavoratori), i rischi sociali maggiormente legati all'esercizio delle telecomunicazioni provengono da:

- violazioni dei sistemi di sicurezza e privacy della rete, con conseguente accesso a dati personali o sensibili, per mitigare i quali Telecom Italia si è munita di un'apposita struttura organizzativa e competenze in grado di prevedere e combattere tali violazioni; in questa struttura un team è dedicato alla ricerca di nuove soluzioni per la e-security (cfr. *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti*, paragrafo *Ricerca e innovazione nella e-security*);
- utilizzo dei servizi di TLC lesivo del benessere psico-fisico dei minori o di chiunque non abbia sufficienti protezioni, per la cui mitigazione Telecom Italia mette in atto una serie di azioni descritte nel capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti*, paragrafo *Protezione minori*;
- discriminazione di alcuni soggetti che, per ragioni geografiche o socio/culturali, non hanno accesso a internet e ai benefici che ne conseguono, ovvero, la *digital inclusion* che Telecom Italia attua attraverso lo sviluppo delle proprie infrastrutture e azioni di diffusione della cultura digitale (cfr. *Cultura digitale*).

¹ **[G4-DMA Indigenous Rights]** L'unica area geografica con popolazioni indigene in cui Telecom Italia opera è il Brasile. Comunque, le attività di telecomunicazioni non hanno impatti negativi su tali popolazioni.



Rischi Ambientali

In quest'ambito rientrano due tipologie di rischi:

- i rischi che le condizioni ambientali esterne possono costituire per la continuità del business (ad esempio, i terremoti possono distruggere le centrali telefoniche, l'esaurirsi di fonti di energia può provocare costi insostenibili per l'Azienda, ecc.). Rientrano in questa tipologia i rischi determinati dai cambiamenti climatici, quali le inondazioni determinate dall'innalzamento degli oceani e dalle precipitazioni o la crescita dei costi energetici determinata dall'innalzamento della temperatura;
- i possibili danni causati all'ambiente dalle attività dell'Azienda.

La prima tipologia di rischi, che costituisce una minaccia all'operatività aziendale, è attentamente considerata e monitorata attraverso apposite strategie e procedure di *Business Continuity* (si veda paragrafo *Il sistema di gestione della business continuity* del presente capitolo).

Per quel che riguarda i possibili danni ambientali causati dall'Azienda, l'erogazione dei servizi di telecomunicazioni non pone seri rischi se non quelli legati alla catena di fornitura:

- i rischi indiretti derivanti dal consumo di energia – non essendo Telecom Italia un produttore di energia, gli unici strumenti di mitigazione a disposizione dell'Azienda sono l'ottimizzazione dei consumi energetici (discussa nel capitolo *Tutela dell'ambiente*) e la selezione dei fornitori (discussa nel capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori*). Si noti, in particolare, che Telecom Italia nel 2014 e nel 2015 ha consumato energia prodotta da fonti rinnovabili, certificata dalle garanzie d'origine;
- il sourcing delle tecnologie, ovvero l'acquisto di prodotti tecnologici la cui produzione può causare seri danni ambientali e lo smaltimento dei rifiuti tecnologici (che viene effettuato da fornitori dell'Azienda). Questi aspetti sono regolati dalla policy di Gruppo relativa al Green Procurement, disponibile sul sito telecomitalia.com e dal sistema di gestione sostenibile della supply chain, descritto nel capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori* del presente rapporto.

Telecom Italia controlla le summenzionate tipologie di rischio attraverso gli strumenti ritenuti maggiormente adeguati a ciascuna tipologia, brevemente descritti nei capitoli *Tutela dell'ambiente*, *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori*, *Le persone di Telecom Italia* e nel paragrafo *Diritti Umani* del presente capitolo. Target precisi sono stati definiti solo per quelle tipologie di rischio per cui tali target possono essere realmente utili. In particolare, sono stati definiti i seguenti target:

- di copertura delle reti di nuova generazione;
- per la sostenibilità dei fornitori;
- per la riduzione dei consumi energetici.

(cfr. *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori e Appendice*).

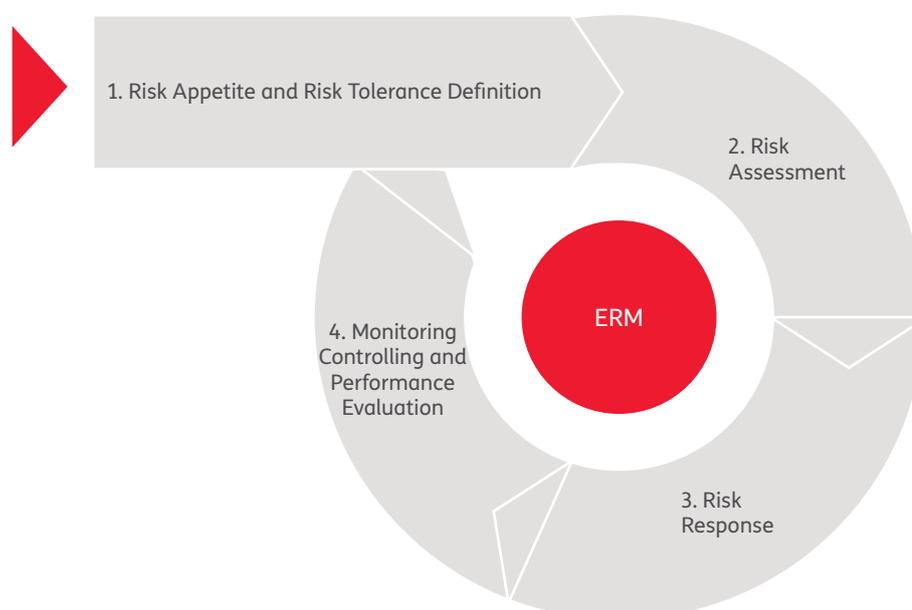


ENTERPRISE RISK MANAGEMENT SYSTEM DEL GRUPPO

[G4-2], [G4-14] Il Gruppo ha istituito un processo e adottato un modello Enterprise Risk Management (di seguito ERM) che consente di individuare, valutare e gestire i rischi in modo omogeneo, evidenziando potenziali sinergie tra gli attori coinvolti nella valutazione del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi. Il processo ERM è progettato per individuare eventi potenziali che possono influire sull'attività d'impresa, al fine di gestire il rischio entro i limiti accettabili e fornire una ragionevole sicurezza sul conseguimento degli obiettivi aziendali.

Il processo è diretto dallo Steering Committee ERM che è presieduto e coordinato dal responsabile della funzione Administration, Finance and Control. Lo Steering si riunisce con cadenza trimestrale (o in relazione a specifiche esigenze) e ha lo scopo di garantire il governo del processo di gestione dei rischi di Gruppo, finalizzato a garantire la continuità operativa del business aziendale monitorando l'efficacia delle contromisure adottate.

Il processo adottato è ciclico e prevede le seguenti fasi:



■ definizione del Risk Appetite e delle Risk Tolerance:

- ◆ Risk Appetite è l'ammontare e la tipologia di Rischio, a livello complessivo, che un'azienda è disposta ad accettare nella creazione di valore, ovvero nel perseguimento dei propri obiettivi strategici¹. E' discusso e definito annualmente dal CdA in occasione delle sessioni dedicate all'approvazione del Piano Industriale. Il Risk Appetite è declinato sulle Risk Tolerance;
- ◆ le Risk Tolerance rappresentano il livello di rischio che l'Azienda è disposta ad assumere, con riferimento alle singole categorie di obiettivi (strategici, operativi, di compliance, reporting)².

Il monitoraggio del rispetto delle Risk Tolerance e del Risk Appetite è trimestrale e destinato al CdA, previa informativa al CCR.

- Risk Assessment: la fase prevede l'individuazione, la definizione e la valutazione dei rischi. Tale fase prende avvio con il fine tuning del Risk universe, ovvero il documento che contiene la descrizione delle principali caratteristiche di tutti i rischi individuati. I rischi vengono sottoposti, mediante intervista, ai process owner che valutano, congiuntamente a Risk Management, la gravità degli stessi, ne documentano i presidi di mitigazione al fine di posizionarli su un'apposita

¹ Definizione CoSO 2013: "The Committee of sponsoring organizations of Tradeway Commission".

² Secondo definizione CoSO.



matrice 3X3 (R&CP). Le dimensioni di tale matrice sono:

- ◆ “livello di rischio inerente”, ovvero il livello di scostamento rispetto al Piano Industriale derivante dal verificarsi di un evento (rischio);
- ◆ “livello di presidio”, dato dalla valutazione dei presidi di mitigazione implementati.

Tale matrice permette di indirizzare le priorità di intervento sui rischi mappati. L'insieme dei rischi valutati Alti nella matrice R&CP costituisce il Corporate Risk Profile (CRP). I rischi del CRP che presentano un parziale o inesistente livello di presidio sono oggetto di una Root cause Analysis volta ad aggregare i rischi correlati in omogenei ambiti di miglioramento. Il posizionamento dei rischi nella matrice descritto sopra è frutto inoltre:

- ◆ della collaborazione con la Direzione Compliance, che considera il livello di presidio in merito agli aspetti di non conformità e
 - ◆ delle sinergie con la Direzione Audit in merito all'analisi di valutazione dell'adeguatezza ed operatività dei presidi di mitigazione individuati.
- Risk Response: la fase ha l'obiettivo di individuare ed attuare le opzioni strategiche di risposta al rischio e ricondurre o mantenere i rischi su livelli accettabili. La responsabilità della individuazione ed implementazione della risposta al rischio è del Process Owner, con il supporto di AFC-Risk Management per il superamento dei gap di presidio individuati in fase di Risk Assessment. Per ogni rischio deve essere definita una adeguata risposta al rischio in coerenza alla priorità di intervento rappresentata dal suo posizionamento nel Risk & Control Panel. La Risk Response si articola nelle seguenti "sotto-fasi":
 - ◆ pianificazione;
 - ◆ esecuzione;
 - ◆ consuntivazione e misurazione delle performance.
 - Elaborazione dei flussi di Reporting: a completamento di ogni ciclo di processo ERM, la funzione AFC-RM rappresenta il profilo di rischio complessivo, con riferimento anche agli effetti delle azioni di mitigazione in collaborazione con la funzione AFC-Pianificazione e Controllo, a supporto del nuovo ciclo di pianificazione strategica e della successiva Risk Analysis correlata al Piano. L'insieme di tali informazioni costituisce input per la nuova pianificazione industriale e quindi per la definizione del Risk Appetite e delle correlate Risk Tolerance.

Un breve resoconto delle principali tipologie di rischio individuate dal sistema ERM è contenuto nella Relazione Annuale, capitolo *Principali Rischi e Incertezze*.

IL SISTEMA DI GESTIONE DELLA BUSINESS CONTINUITY

[G4-EC7], [G4-EC8] Telecom Italia considera il processo di Business Continuity¹ un elemento fondamentale per la tutela del valore e della reputazione del Gruppo nell'erogazione dei propri servizi e prodotti nel pieno rispetto di quanto definito nei contratti con i clienti, nella normativa di settore e, più in generale, in coerenza con le metodologie e gli standard internazionali di riferimento.

Telecom Italia adotta, a livello di Gruppo, un *Business Continuity Management System* (BCMS) come modello di controllo e gestione della continuità operativa dei processi anche attraverso attività di prevenzione, considerando sia gli aspetti tecnologici (sistemi IT, network, facility, ecc.) sia quelli organizzativi (Risorse Umane, vincoli contrattuali, aspetti logistici, ecc.).

Il BCMS segue le indicazioni contenute nello standard internazionale di riferimento per la Business Continuity ovvero la ISO 22301 che enfatizza, tra l'altro, l'importanza di:

- comprendere le esigenze dell'organizzazione e degli stakeholders, in termini di Business Continuity;
- implementare e rendere operativi i controlli e le misure per gestire la capacità aziendale di affrontare le interruzioni

¹ Per "business continuity" si intende la capacità di garantire la continuità del servizio in relazione a predefiniti ed accettabili livelli, a seguito del verificarsi di un incidente dirompente



dell'operatività dovute a cause accidentali;

- monitorare e riesaminare le prestazioni e l'efficacia del sistema di gestione della continuità operativa;
- diffondere la cultura della Business Continuity;
- gestire le comunicazioni fra le parti interessate.

Il BCMS si basa sul ciclo di *Deming Plan-Do-Check-Act* e si articola nelle quattro fasi di Governance&Planning (*Plan*), Execution (*Do*), Performance Evaluation (*Check*) e Improvement (*Act*).

Nella fase di Governance&Planning, il Gruppo analizza il contesto di riferimento, identificando tanto le esigenze dell'Azienda e dei suoi stakeholder quanto i vincoli contrattuali/regolatori di Business Continuity. Sulla base di questi elementi l'Azienda definisce l'ambito della Politica di Business Continuity e i principali obiettivi strategici. Quest'analisi preliminare prosegue attraverso l'identificazione dei processi e dei servizi chiave dell'Azienda e delle sue attività critiche, nonché delle risorse necessarie per la loro manutenzione. Le attività di questa fase permettono di determinare una strategia di Business Continuity che consente di garantire una risposta appropriata per ciascun processo/servizio, in termini di livelli operativi e di tempi di ripristino accettabili durante e dopo un evento dannoso.

In questa fase rientrano, tra l'altro:

- la Business Impact Analysis (BIA), ovvero la valutazione dell'impatto sul business in caso di eventi di rilievo che possono compromettere le attività aziendali e l'erogazione dei servizi;
- il Risk Assessment (RA), finalizzato all'individuazione e alla valutazione delle minacce che possono colpire gli asset aziendali provocandone l'indisponibilità per un periodo di tempo più o meno prolungato;
- l'identificazione del Profilo di Rischio derivante dalla valutazione congiunta BIA/RA;
- le strategie di Business Continuity a seguito dell'analisi del Profilo del Rischio basata sulla valutazione Costi/Benefici

L'approvazione della strategia di Business Continuity e del relativo budget, consente di avviare la fase esecutiva, con lo sviluppo di dettaglio dei Piani di Risk Treatment e dei Piani Operativi di Business Continuity. La pianificazione operativa è realizzata dalle funzioni operative, ciascuna per quanto di competenza, mentre a livello centrale ERM effettua una verifica di coerenza dei piani operativi con il piano Strategico di Business Continuity, anche al fine di armonizzare e correlare gli interventi di mitigazione lungo tutta la catena dei processi aziendali coinvolti.

Una valutazione complessiva delle performance del BCMS è prevista almeno annualmente, analizzando in particolare:

- i dati effettivi (incident history) su tempi di ripristino e impatti economici degli eventi;
- i dati dei test di esercizio;
- gli assessment interni.

Sulla base della Performance Evaluation, sono individuate le eventuali azioni correttive da intraprendere (es. iniziative specifiche di prevenzione dei rischi, revisione di procedure, ecc.). Nella fase di Improvement sono acquisite le risultanze della fase di Performance Evaluation e sono definite le eventuali azioni correttive, che sono presentate al Vertice Aziendale per una periodica Management Review.

In questa fase il Vertice Aziendale:

- esamina e verifica il grado di adeguatezza del BCMS sulla base della Performance Evaluation, in accordo con eventuali evoluzioni dei requisiti e delle normative;
- valuta ed approva eventuali azioni correttive.

Le eventuali azioni correttive, le politiche e gli obiettivi della Business Continuity, determinano il miglioramento continuo del BCMS.



**CORPORATE SHARED VALUE:
L'APPROCCIO STRATEGICO ALLA
SOSTENIBILITÀ DI TELECOM ITALIA**



Nel corso del 2015 Telecom Italia ha portato a termine l'implementazione della nuova strategia basata sulla creazione di valore economico e sociale, facendo evolvere la Corporate Social Responsibility verso il concetto di Corporate Shared Value (CSV – valore condiviso d'impresa) con l'obiettivo di collegare i risultati economico-finanziari con il progresso sociale creato attraverso la risposta ai bisogni espressi dalle realtà in cui l'Azienda opera.

Il nuovo approccio adottato da Telecom Italia definisce un modo diverso di rispondere alle esigenze sociali espresse dagli stakeholder e contestualmente a quelle economiche dell'Azienda e di interpretare il ruolo dell'impresa all'interno della società, partendo dalla consapevolezza che non può esistere uno sviluppo economico di lungo periodo che non garantisca al contempo l'aumento del benessere sociale e la tutela delle risorse naturali. Quest'ultima considerazione è particolarmente rilevante per Telecom Italia, e per il settore ICT in generale, soprattutto in riferimento alle tecnologie digitali che si stanno affermando sempre di più come un fattore chiave per la crescita economica e sociale del Paese.

Il punto di arrivo di questo processo attuato da Telecom Italia è l'integrazione dell'approccio di sostenibilità convenzionalmente adottato dall'impresa all'interno dell'intera strategia aziendale, rendendolo veicolo per la creazione di valore economico e sociale.

Le attività di Telecom Italia rispondono all'obiettivo di mettere a disposizione del Paese infrastrutture innovative, competenze informatiche, prodotti, servizi e soluzioni ICT che rispondano ai bisogni della società. Inoltre, l'Azienda rafforza questo impegno tramite la partecipazione attiva al raggiungimento degli obiettivi di digitalizzazione del Paese definiti dall'Agenda Digitale Italiana, sviluppata dal Governo a recepimento delle direttive poste dall'UE all'interno dell'Agenda Digitale Europea.

L'attenzione all'innovazione e agli investimenti in nuove infrastrutture e tecnologie caratterizza l'azione di Telecom Italia anche in Brasile, attraverso la controllata TIM Brasil che, investendo nelle infrastrutture di nuova generazione per la diffusione della banda larga, ha svolto un ruolo importante nel processo di inclusione digitale, rispondendo a una forte esigenza sociale del Paese.

Per completare il passaggio al Valore Condiviso intrapreso nel 2014, nel corso di quest'ultimo anno la funzione CSV di Telecom Italia ha messo in campo diverse iniziative internamente ed esternamente all'Azienda. In particolare si segnala la definizione di un modello di CSV che, partendo dall'analisi dei principali bisogni del Paese, ha identificato tre aree di intervento in grado di dare una risposta a tali bisogni, attraverso tecnologie, competenze e specifiche progettualità.

A seguito della definizione delle aree strategiche, confermate dalle risultanze della matrice di materialità, è stata rivista la struttura del Bilancio di sostenibilità 2015. Le tre aree individuate sono:

- digitalizzazione, connettività e innovazione sociale
- tutela dell'ambiente
- cultura digitale

All'interno delle tre aree sono stati inseriti i primi 17 progetti misurati tramite il modello di CSV in Italia e in Brasile.

Telecom Italia, anche in considerazione del più stretto legame tra Corporate Shared Value e business, coerentemente con la trasversalità del modello di CSV, ha definito una nuova struttura *enhanced* tramite il coinvolgimento delle principali funzioni aziendali e la redazione di una procedura organizzativa di CSV.

Il coinvolgimento degli stakeholder, a partire dall'ascolto delle loro istanze, rappresenta uno dei pilastri del modello di sostenibilità di Telecom Italia. L'approccio multistakeholder è indirizzato anche a raccogliere i loro contributi in materia di attività e progetti innovativi che il Gruppo potrebbe implementare. Le istanze progettuali di maggiore rilevanza vengono



condivise con le funzioni di business e con il Vertice Aziendale e, in caso di convergenza di interessi, hanno uno sbocco commerciale.

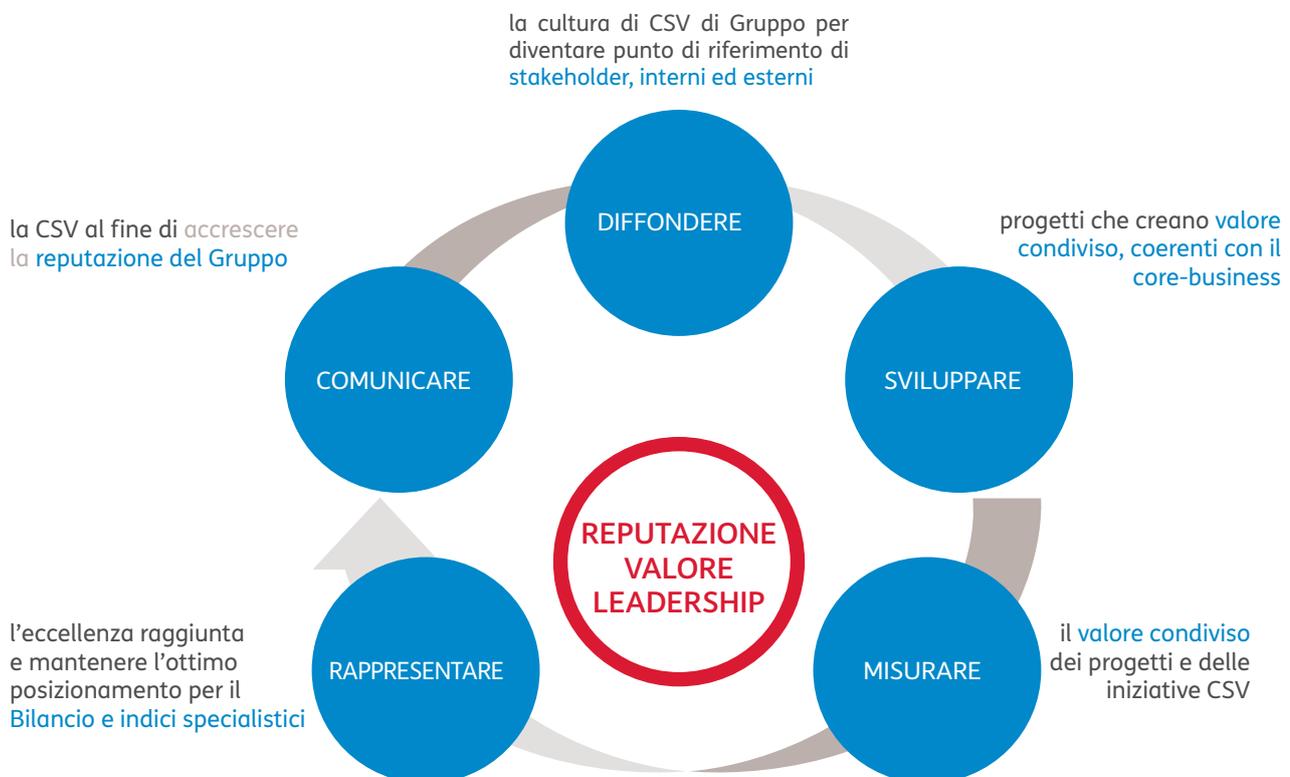
Tale approccio permette di ottenere importanti benefici, tra cui:

- migliore gestione del rischio;
- elevata innovazione di prodotti e processi;
- migliore conoscenza dei contesti in cui il Gruppo opera;
- scouting delle opportunità di mercato.

Nel corso dell'anno è stato definito un nuovo framework di comunicazione (#ilfuturoèditutti) che esprime la visione di CSV di Telecom Italia e mette a sistema le iniziative e i progetti di sostenibilità dell'Azienda.

Lo sviluppo della strategia di CSV all'interno dell'Azienda è in continua evoluzione e si articola principalmente sui seguenti driver:

- aggiornamento delle aree strategiche di intervento;
- integrazione delle linee guida strategiche di CSV nelle linee guida della strategia aziendale;
- supporto, tramite linee guida di marketing sociale, allo sviluppo di offerte e servizi che producano valore condiviso;
- utilizzo delle tematiche di CSV come driver di posizionamento in termini di comunicazione sia di mercato che di brand;
- monitoraggio dell'impatto della CSV sulla reputazione del Gruppo.





GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITA'

[G4-34], [G4-42] Il monitoraggio delle tematiche socio-ambientali del Gruppo, così come l'individuazione dei progetti e delle iniziative di CSV, è in capo alla funzione di Corporate Shared Value che:

- riporta direttamente al Presidente del Consiglio di Amministrazione;
- periodicamente riferisce al Comitato Controllo e Rischi.

Quest'ultimo esercita una funzione di alta supervisione in materia di sostenibilità, vigilando sulla coerenza delle azioni realizzate con i principi posti dal Codice Etico e di Condotta del Gruppo e con i valori in cui il Gruppo si riconosce. **[G4-47]** Nel corso del 2015 il Comitato Controllo e Rischi ha incontrato i rappresentanti della funzione di CSV una volta.

[G4-48] Il Bilancio di sostenibilità, ivi inclusa l'analisi di materialità, ricade nelle responsabilità del Presidente del Consiglio di Amministrazione ed è sottoposto per l'approvazione al Consiglio di Amministrazione. **[G4-47]** Nel corso del 2015 il Consiglio di Amministrazione ha incontrato i rappresentanti della funzione CSV una volta.

[G4-35] La delega delle responsabilità in materia socio-ambientale, così come tutte le deleghe aziendali, si espleta attraverso la procedura Conferimento e revoca procure. In particolare **[G4-36]** la responsabilità del monitoraggio e della comunicazione delle tematiche ambientali e sociali risiede in capo alla funzione CSV, che prepara il Bilancio di sostenibilità, gestisce le relazioni con le agenzie di rating e cura l'implementazione di particolari progetti. La responsabilità della gestione di particolari tematiche socio-ambientali resta in capo alle funzioni che gestiscono direttamente le operazioni correlate a quelle tematiche. Ad esempio: la funzione People Value ha, tra l'altro, la responsabilità di garantire la salute e sicurezza dei dipendenti, assicurare le relazioni con i rappresentanti dei lavoratori, garantire la compliance in materia di normativa del lavoro, ecc.; la funzione Open Access/Wholesale garantisce la compliance in materia di normativa ambientale, ecc.; la funzione Infrastructures & Energy in ambito Network definisce le iniziative per la riduzione dei consumi energetici, ecc. **[G4-42]** Sono queste ultime funzioni, in particolare, che individuano strategie specifiche e target diretti al miglioramento della performance socio-ambientale, ciascuna per la propria area di competenza. Le strategie, le attività e i target socio-ambientali delle varie funzioni sono esposti nel Bilancio di sostenibilità.

[G4-37] Così come la responsabilità della gestione di ciascuna tematica socio-ambientale è delegata alla funzione che gestisce operativamente quella tematica, la consultazione con gli stakeholder è demandata alle funzioni che operativamente si confrontano con i rispettivi stakeholder dell'Azienda. Le varie iniziative di coinvolgimento sono elencate nel paragrafo *Stakeholder Engagement* del presente Bilancio.



POSIZIONAMENTO NEGLI INDICI E ALTRI RICONOSCIMENTI

Gli indici di sostenibilità sono indici azionari formati da titoli selezionati in base a parametri economico-finanziari e criteri sociali e ambientali. La selezione è fatta da agenzie di rating specializzate che valutano le aziende sulla base delle informazioni pubbliche o di questionari, tenendo anche in considerazione le opinioni dei media e degli stakeholder. L'ammissione in tali indici rappresenta un risultato importante per le aziende, sia per le ricadute positive in termini di reputazione, sia per il fatto che, oltre ai fondi pensione e ai fondi etici, sempre più investitori si indirizzano verso le aziende sostenibili in quanto ritenute meno rischiose e più promettenti nel medio/lungo termine.

La partecipazione al processo di valutazione costituisce anche un utile momento di riflessione per l'Azienda sui risultati raggiunti. A conclusione di tale processo, infatti, le indicazioni delle agenzie di rating sono attentamente considerate per pianificare le azioni di miglioramento futuro.

Nel 2015 Telecom Italia è stata confermata per il dodicesimo anno consecutivo in entrambe le categorie di indici di sostenibilità del Dow Jones (Dow Jones Sustainability Index World e Europe) ed è stata inclusa, per la seconda volta consecutiva, nel Climate Disclosure Leadership Index (CDLI italiano) del Carbon Disclosure Project (CDP).

Fin dal suo esordio, la serie Financial Times Stock Exchange for Good (FTSE4Good) Global e Europe ha incluso Telecom Italia.

Telecom Italia è presente inoltre nei seguenti indici:

- Euronext Vigeo:
 - ◆ Europe 120
 - ◆ Eurozone 120
- STOXX® Global ESG Leaders Indexes:
 - ◆ ESG Leaders
 - ◆ ESG Environmental Leaders
 - ◆ ESG Governance Leaders
 - ◆ ESG Social Leaders
- Ethibel Sustainability Indexes (ESI):
 - ◆ Excellence Europe
 - ◆ Excellence Global
- ECPI Indexes:
 - ◆ ECPI Euro Ethical Equity
 - ◆ ECPI EMU Ethical Equity
 - ◆ ECPI Global Developed ESG Best in class Equity

Telecom Italia, infine, è classificata come “prime” nel rating OEKOM e come “industry leader” del rapporto Sustainalytics.

Tim Participações, la holding quotata del Gruppo TIM Brasil, è stata confermata nell'indice ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), gestito da BM&F Bovespa (Borsa di São Paulo) insieme al Ministero dell'Ambiente brasiliano e ad altri organi finanziari e di sostenibilità.

Tra i principali riconoscimenti ottenuti da Telecom Italia sui temi della sostenibilità e della relativa comunicazione si ricordano i seguenti:

- secondo posto in Italia e in Europa e primo posto per il settore TLC europeo nella classifica 2015 Webranking by Comprend, che valuta e premia la qualità della comunicazione finanziaria e istituzionale online. La ricerca, realizzata annualmente dalla società Comprend in collaborazione con Lundquist, ha preso in considerazione le 70 maggiori società nazionali e le 500 maggiori società europee per capitalizzazione;
- certificazione Top Employers 2015 (per il terzo anno consecutivo), assegnata annualmente alle aziende migliori nella



gestione delle Risorse Umane. La ricerca, condotta da Top Employers Institute, ha verificato e certificato le condizioni d'eccellenza di Telecom Italia in ambito Human Resources e l'articolata gamma di benefit e iniziative fornite alle sue persone: dalle condizioni di lavoro, ai benefit non monetari, a politiche strutturate di formazione e sviluppo;

- premio Gold (primo premio) per il Company Profile 2014 "Telecom Italia oltre i numeri" che è stato valutato come best online report: International/Unlisted ai Corporate & Financial Awards 2015, iniziativa organizzata da Communicate Magazine;
- Premio Speciale per la Scuola di Areté - Premio alla Comunicazione Responsabile 2015 per l'evento di lancio del progetto EducaTI;
- primo posto come *most attractive employer* in Italia assegnato a Telecom Italia da Universum, società che opera da 25 anni a livello globale nel settore dell'employer branding e svolge ogni anno una ricerca online in collaborazione con 39 università su tutto il territorio nazionale.

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Telecom Italia ritiene fondamentale prendere in considerazione le opinioni e le aspettative dei propri stakeholder, le parti cioè che a vario titolo hanno un interesse nelle attività aziendali. Nel 2015 il processo di stakeholder engagement è stato ulteriormente arricchito con l'organizzazione di un forum multistakeholder.

Il forum multistakeholder è un metodo di ascolto e coinvolgimento che favorisce l'integrazione delle istanze portate dai differenti stakeholder coinvolti, consentendo all'Azienda di ricevere contributi che tengano conto delle diverse prospettive e allo stesso tempo riportino una visione già integrata e mediata delle diverse aspettative e priorità. Il forum 2015 si è focalizzato su due obiettivi:

- rafforzare la comprensione delle istanze e delle priorità degli stakeholder rispetto ai temi rilevanti della strategia del Gruppo;
- raccogliere contributi sui possibili ambiti di sviluppo della strategia CSV del Gruppo, per rafforzare la capacità di creare valore condiviso tra l'Azienda e i suoi stakeholder.

Nell'impostazione metodologica del forum multistakeholder sono stati seguiti i principi dello standard internazionale per le attività di engagement dei portatori d'interesse AA1000SES, elaborato da AccountAbility.

In applicazione dei principi dello standard AA1000SES si è prevista:

- la presenza di un soggetto di parte terza indipendente da Telecom Italia, specializzato in attività di coinvolgimento degli stakeholder e accountability. Il Gruppo si è avvalso dell'apporto di SCS Consulting, incaricato di garantire la materialità dei temi oggetto di confronto, una rielaborazione autonoma di quanto emerso dalle attività di ascolto e l'inclusione di stakeholder che rappresentassero punti di vista differenti sugli argomenti di discussione;
- la scelta dei partecipanti al forum in base a competenza sui temi discussi ed equilibrata presenza di stakeholder con punti di vista differenti;
- l'esclusione di persone che avessero intrattenuto rapporti di lavoro dipendente o collaborazione professionale con il Gruppo e l'esclusione di compenso per i partecipanti al forum.

Infine è stata prevista la presenza di un rappresentante di PricewaterhouseCoopers, società incaricata della revisione del Bilancio.

[G4-24] Gli stakeholder con cui Telecom Italia entra in contatto nello svolgimento delle proprie attività sono numerosi e molto diversificati tra loro. Per facilità di gestione e rendicontazione sono stati raggruppati in otto categorie:

- clienti
- istituzioni



- concorrenti
- ambiente
- comunità (comprese associazioni, università, mondo della scuola, media, start up)
- fornitori
- azionisti
- risorse umane

In particolare, al forum hanno partecipato oltre 30 rappresentanti delle prime sei categorie. Per facilità di gestione e rendicontazione, sono stati suddivisi sulla base dei loro interessi e competenze in sei tavoli di lavoro tematici:

- connettività e digitalizzazione: le prospettive per il sistema Paese,
- connettività e digitalizzazione: gli impatti su crescita e innovazione,
- amministrazione digitale a servizio dei cittadini,
- cultura digitale,
- tutela ambientale,
- servizi di qualità per i clienti.

[G4-25], [G4-26] Al di là del forum multistakeholder, il processo di stakeholder engagement avviene regolarmente nel corso dell'implementazione dei progetti aziendali. Per ogni progetto, infatti, si identificano gli stakeholder interessati e si attribuiscono le priorità in base all'importanza dello stakeholder per gli obiettivi di business o per la sua rilevanza in ambiti specifici ritenuti strategici dall'Azienda (ad es. contribuire alla crescita economica o culturale del Paese con progetti non strettamente di business).

Una volta identificati gli stakeholder di riferimento per il progetto, si studiano le strategie più adatte per costruire le relazioni, che possono avvenire tramite incontri individuali e di gruppo, sessioni informative, progetti comuni, sondaggi, focus group, ecc.

I riscontri che i diversi stakeholder riportano a Telecom Italia sono analizzati per individuare le soluzioni che l'Azienda può offrire per soddisfare le specifiche esigenze.

Al termine del processo di analisi e verifica di fattibilità, Telecom Italia decide quali soluzioni offrire e quali progetti e iniziative intraprendere. Il coinvolgimento degli stakeholder continua anche in seguito per monitorare e calibrare le iniziative.

In particolare, dal forum sono emerse oltre 50 proposte di progetti che potrebbero essere realizzati dal Gruppo nell'ambito della propria strategia CSV.

Telecom Italia ha stilato le *Linee guida generali per lo stakeholder engagement di Gruppo* e un insieme di policy collegate relative alle diverse tipologie di stakeholder, come, ad esempio le carte dei servizi per la clientela, la policy sui *rapporti con i fornitori nei processi di acquisto*, il *Codice di condotta per la protezione dei dati degli altri operatori locali*, le *Linee guida per i rapporti con le Autorità locali e gli altri enti*, le *Linee guida per i contributi volontari alla Comunità*.

In ultimo il Gruppo è consapevole dell'importanza che un'informazione corretta sulle proprie attività riveste per il mercato finanziario, gli investitori e la comunità in genere. Ferme restando le esigenze di riservatezza richieste dalla conduzione del business, la comunicazione con il mercato finanziario avviene nel rispetto dei criteri di trasparenza, correttezza, chiarezza, tempestività e parità di accesso all'informazione, uguaglianza di trattamento a tutte le categorie di azionisti nel rispetto dei vincoli statutari. La comunicazione all'esterno delle informazioni è disciplinata da apposite procedure interne, in linea con la normativa vigente.

La Società ha attivato canali di ascolto dedicati agli azionisti, obbligazionisti e altri stakeholder interessati ad avere informazioni sui dati finanziari e non finanziari dell'Azienda.

La funzione Investor Relations gestisce quotidianamente le relazioni con gli stakeholder di riferimento: investitori



istituzionali e retail (ivi comprese le associazioni di piccoli azionisti), obbligazionisti, investitori socialmente responsabili, analisti equity e del credito.

Le loro aspettative comuni – unitamente alla certezza di un riscontro tempestivo ed esauriente alle richieste di informazione - riguardano:

- la conferma degli obiettivi comunicati al mercato finanziario attraverso il piano strategico;
- il rafforzamento del posizionamento nei mercati in cui il Gruppo opera.

Nel corso del 2015 la Società ha organizzato *conference call* trimestrali, *road show* all'estero, incontri presso le sedi istituzionali del Gruppo (*reverse road show*) e partecipazioni a conferenze di settore. Durante questi eventi sono stati incontrati oltre 600 investitori, a cui si aggiungono i contatti diretti e le conversazioni telefoniche che il *team* di Investor Relations gestisce con frequenza quotidiana. Inoltre, per migliorare la comunicazione con gli stakeholder, e considerando la crescente rilevanza assunta da questo tema, nel corso degli ultimi 2 anni Telecom Italia ha promosso momenti d'incontro e approfondimento su temi relativi alla corporate governance.

Le risposte al mercato finanziario da parte del Gruppo sono basate su criteri di rilevanza, sensibilità e congruenza rispetto alla struttura del Gruppo e alle azioni intraprese dal Gruppo per il raggiungimento dei target di piano oltretutto di parità di accesso all'informazione e uguaglianza di trattamento per tutte le categorie di azionisti nel rispetto dei vincoli statutari.

La comunicazione finanziaria tiene in considerazione anche le esigenze degli investitori legati al Socially Responsible Investing (SRI), che privilegiano nelle loro scelte di investimento le aziende attente agli aspetti etici, sociali e ambientali, oltre a quelli economici. L'interazione con questa categoria di investitori è sviluppata attraverso contatti individuali e conference call.

Sul fronte dei rapporti con gli azionisti individuali (*retail*) - oltre 400 mila possessori di azioni ordinarie - la strategia di Telecom Italia punta a rafforzare i canali di comunicazione per rispondere in modo efficace e rapido alle richieste sulla performance del titolo e, più in generale, sulla strategia del Gruppo. Le segnalazioni e gli spunti emersi dal dialogo con gli investitori retail vengono raccolti e comunicati al Top Management. In tal senso, nel 2006 è stato avviato il Club degli azionisti "TI Alw@ys ON" (www.telecomitalia.com/individuali) quale luogo d'incontro virtuale tra l'Azienda e i suoi investitori individuali. L'accesso al Club non è esclusivo: permette infatti anche a coloro che non sono azionisti del Gruppo, tramite una semplice iscrizione, di ottenere gli stessi servizi riservati agli azionisti: sia l'iscrizione che l'erogazione dei servizi sono gratuiti. Per quanto riguarda la comunicazione finanziaria online, il sito internet telecomitalia.com viene costantemente aggiornato.

[G4-26], [G4-27] Di seguito sono schematizzate le principali iniziative di stakeholder engagement del Gruppo nel 2015.

Nello schema:

- la colonna "informazione" si riferisce alle comunicazioni unidirezionali dall'Azienda verso gli stakeholder;
- la colonna "consultazione" si riferisce alle occasioni in cui si chiede agli stakeholder la loro opinione attraverso sondaggi o strumenti simili;
- la colonna "dialogo" fa riferimento ai tavoli di discussione e collaborazione continuativa e stabile tra il Gruppo e i gli stakeholder;
- la colonna "partnership" si riferisce ai progetti specifici che sono gestiti insieme.

Ogni iniziativa menzionata nella tabella è accompagnata dal riferimento del capitolo e paragrafo del presente rapporto in cui quell'iniziativa è discussa in dettaglio.



		INIZIATIVE			
		INFORMAZIONE	CONSULTAZIONE	DIALOGO	PARTNERSHIP
STAKEHOLDER	 AMBIENTE	Dichiarazioni ambientali di prodotto rivolte ai clienti - TIM eco-friendly (Tutela dell'ambiente/TIM eco-friendly)	Forum multistakeholder al fine di rafforzare la comprensione di istanze e priorità e di raccogliere contributi innovativi (Corporate Shared Value/ Stakeholder engagement)	Collaborazione con altri operatori di TLC sui temi di rilevanza ambientale nell'ambito di associazioni di settore e iniziative, tra cui GeSI ed ETNO (Tutela dell'ambiente/ Cambiamento climatico)	
	 COMUNITA'	<p>Nel corso del 2015 è continuata l'attività di informazione e formazione attraverso il progetto EducaTI: in particolare attraverso l'evento realizzato con il FOSI dedicato alla sicurezza e introduzione del coding nelle scuole (Cultura digitale/Rapporti con le comunità locali/E-learning e didattica digitale evoluta)</p> <p>Evento Last Call to Europe 2020 - Il ruolo delle imprese per un'Europa Smart, Sostenibile e Inclusiva</p>	Forum multistakeholder al fine di rafforzare la comprensione di istanze e priorità e raccogliere contributi innovativi (Corporate Shared Value/ Stakeholder engagement)	<p>Nel corso del 2015 il Gruppo ha continuato la collaborazione con la Polizia Postale e delle Comunicazioni per la realizzazione dell'iniziativa "Una vita da social", campagna itinerante di educazione alla legalità sulla rete dove sono state illustrate a studenti, famiglie e visitatori le principali insidie del web ed in particolare i rischi che corrono i minori nella navigazione in rete (Cultura digitale/E-learning e didattica digitale evoluta)</p> <p>Collaborazione a livello europeo con Sodalitas, CSR Europe ed altre 5.000 imprese per la realizzazione del manifesto il «Milan CSR Manifesto»</p>	<p>Numerosi progetti realizzati in partnership con aziende, università, centri di ricerca e organizzazioni non governative e della società civile ad esempio WithYouWeDo, (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Ricerca e sviluppo e servizi innovativi/ Iniziative per la collettività coerenti con il core business)</p> <p>Evento "Last call to Europe 2020" realizzato a Milano durante Expo 2015 in collaborazione con lo stakeholder Sodalitas e CSR Europe</p>
 RISORSE UMANE	ATTIVITA' DI FORMAZIONE SUL RISPETTO DEI DIRITTI UMANI (Essere sostenibili in Telecom Italia/Diritti Umani e Le persone in Telecom Italia /Collaborazioni con le università, formazione e knowledge management)	E' stata realizzata la nona edizione della rilevazione di clima in Italia e in Brasile, che ha coinvolto l'intera popolazione aziendale (Le persone di Telecom Italia / Comunicazione interna)	Caselle mail, intranet, blog, community virtuali, convention multimediali per dialogare con i dipendenti (Le persone di Telecom Italia/ Comunicazione interna)	Programmi di selezione e formazione realizzati con centri di ricerca, università, associazioni e fondazioni del terzo settore (Le persone di Telecom Italia/ Collaborazioni con le università, formazione e knowledge management e Sviluppo e nuove competenze)	
	NEL 2015 È PROSEGUITO IL RILEVANTE IMPEGNO DELL'AZIENDA SULLA FORMAZIONE SULLA SICUREZZA VERSO TUTTO IL PERSONALE AZIENDALE CON PROGRAMMI DIFFERENZIATI IN VIRTÙ DEI RISCHI AI QUALI SONO ESPOSTI I LAVORATORI. (Le persone di Telecom Italia/ Tutela della salute e della sicurezza)		Sessioni informative e di confronto con le organizzazioni sindacali su temi d'interesse (Le persone di Telecom Italia / Relazioni industriali)	Sponsorizzazione della Cattedra Tim Chair in Market Innovation, presso l'Università Bocconi di Milano, all'interno del corso di Laurea magistrale in Economics and Management of Innovation and Technology (EMIT). (Le persone di Telecom Italia/ Collaborazioni con le università, formazione e knowledge management)	



		INIZIATIVE			
		INFORMAZIONE	CONSULTAZIONE	DIALOGO	PARTNERSHIP
 RISORSE UMANE	Attività di comunicazione interna (Le persone in Telecom Italia / Progetti e attività di ascolto e comunicazione interna)	Iniziative per migliorare la gestione della diversità in Azienda (Le persone di Telecom Italia/People caring)	Servizio di counselling per affrontare le situazioni di disagio personale e lavorativo vissute dai dipendenti (Le persone di Telecom Italia/ People caring)	Iniziative di volontariato con il coinvolgimento di dipendenti e di partner esterni (Le persone di Telecom Italia/ People caring)	
		Coinvolgimento dei dipendenti nel programma di valutazione delle performance 2015 connessa alle competenze del Modello di Leadership e fondamentale elemento abilitante di tutto il nuovo Sistema di Sviluppo (Le persone di Telecom Italia/Sviluppo e nuove competenze)		VII edizione del progetto "Network Scuola Impresa" in collaborazione con 35 scuole selezionate sul territorio nazionale. Il progetto ha l'obiettivo creare un rapporto strutturato con le scuole superiori anche per valorizzare le competenze interne, entrare in contatto con i giovani promuovendo l'immagine aziendale (Le persone di Telecom Italia / Collaborazioni con le università, formazione e knowledge management)	
 CLIENTI	Informazione sulle Carte dei Servizi e le Condizioni Generali di Abbonamento tramite i siti web del Gruppo (Il Gruppo Telecom Italia/Il sistema di corporate governance)	La soddisfazione dei clienti viene rilevata sistematicamente (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti del Gruppo)	Collaborazione con le associazioni dei consumatori (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti del Gruppo)	Partecipazione a gruppi di lavoro nazionali e internazionali, in partnership con agenzie ONU, associazioni non governative e di settore sul tema della tutela dei minori da possibili abusi compiuti attraverso Internet (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti del Gruppo)	
	Informazione sugli strumenti per l'utilizzo sicuro di internet e il contrasto agli abusi informatici (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti del Gruppo)	Forum multistakeholder al fine di rafforzare la comprensione di istanze e priorità e di raccogliere contributi innovativi (Corporate Shared Value/ Stakeholder engagement)	Utilizzo di strumenti web basati sui social network da parte degli operatori del customer care per dialogare con i clienti e condividere conoscenze (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti del Gruppo)	Progetti in partnership con istituzioni e altre aziende per la sperimentazione e la realizzazione di servizi innovativi (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti del Gruppo)	
 FORNITORI	Scambio di informazioni e di documentazione con i fornitori attraverso il portale "Vendors hub" (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori)	Nona edizione del sondaggio di soddisfazione sull'area Acquisti e più in generale su Telecom Italia da parte dei principali fornitori del Gruppo (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori)	Aree di collaborazione dedicate ai principali fornitori disponibili sul portale Vendors Hub (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori)	Joint Audit Cooperation, iniziativa che prevede attività di audit di CSR condotte presso stabilimenti di fornitori e subfornitori comuni sulla base di un protocollo d'intesa firmato con altri 9 operatori di TLC (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori)	
	Particolare focus sui principi espressi nel Codice Etico e di Condotta del Gruppo richiamati nelle clausole contrattuali e in specifici impegni ad osservarli che vengono fatti sottoscrivere (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori)	Invio di un questionario di autovalutazione in termini di sostenibilità ai fornitori a maggior rischio in fase di qualificazione e, periodicamente, ai fornitori già qualificati (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori)			
		Forum multistakeholder al fine di rafforzare la comprensione di istanze e priorità e di raccogliere contributi innovativi (Corporate Shared Value/ Stakeholder engagement)			



		INIZIATIVE			
		INFORMAZIONE	CONSULTAZIONE	DIALOGO	PARTNERSHIP
 AZIONISTI	Il club degli azionisti "TI Alw@ys ON" (telecomitaliaclub.it) fornisce importanti informazioni agli investitori individuali e al pubblico in generale (Corporate Shared Value/Stakeholder engagement)			Conference call trimestrali, incontri presso le sedi istituzionali del Gruppo (reverse road show), partecipazioni a conferenze di settore per un totale di oltre 600 investitori incontrati (Corporate Shared Value/Stakeholder engagement)	
	Comunicazione finanziaria on line, attraverso il sito web del Gruppo (Corporate Shared Value/Stakeholder engagement)			Momenti d'incontro con gli stakeholder su temi di corporate governance (Corporate Shared Value/Stakeholder engagement)	
 ISTITUZIONI		Forum multistakeholder al fine di rafforzare la comprensione di istanze e priorità e di raccogliere contributi innovativi (Corporate Shared Value/Stakeholder engagement)		Dialogo con istituzioni nazionali e internazionali sui temi di business rilevanti per il Gruppo (Gruppo/Enti e Istituzioni)	Protocollo di intesa firmato con il MIUR e lanciato il progetto EducaTI (Cultura Digitale/E-learning e didattica digitale evoluta)
 CONCORRENTI		Ricerche quali-quantitative periodiche per analizzare la forza delle marche del Gruppo, l'immagine dei gestori di servizi di telecomunicazioni e di telefonia mobile, la notorietà dei gestori (Gruppo Telecom Italia/Contesto di riferimento)		Dialogo con gli OLO su temi commerciali e relativi all'attuazione degli Impegni (Gruppo Telecom Italia/Contesto di riferimento)	"Dono per...", società consortile a responsabilità limitata, che vede come soci fondatori Telecom Italia, Vodafone Italia e Wind che gestirà le iniziative per la raccolta e la distribuzione di fondi a scopo di beneficenza nonché di finanziamenti in favore di partiti o movimenti di natura politica, come previsto dalla nuova normativa. (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Ricerca e sviluppo e servizi innovativi)
				Dialogo costante con le Authority (AGCM e AGCOM) (Gruppo Telecom Italia/Contesto di riferimento)	
				Il Gruppo aderisce a numerose federazioni, associazioni e organizzazioni a livello nazionale e internazionale (Gruppo Telecom Italia/Contesto di riferimento)	



L'ANALISI DI MATERIALITÀ

La matrice di materialità

[G4-18a], [G4-18b] Anche nel 2015 il processo di analisi di materialità è stato condotto seguendo i requisiti richiesti dalla GRI G4 con lo scopo di individuare quei topic che più risultano rilevanti in relazione agli impatti socio-ambientali ed economici che le attività di business generano all'interno e all'esterno dell'organizzazione.

Identificazione delle tematiche rilevanti

Come riportato nelle "Linee guida per l'aggiornamento dell'analisi di materialità di Telecom Italia" e nel paragrafo Review del Bilancio del 2014¹, è stata svolta un'attività preparatoria di verifica circa la validità delle tematiche emerse lo scorso anno. Tale attività è stata condotta tramite un confronto puntuale con varie fonti informative nazionali ed internazionali, pubbliche e non pubbliche, interne ed esterne al Gruppo² e un confronto con un benchmark delle pratiche di settore.

Al termine di questa prima analisi, Telecom Italia è stata in grado di confermare la lista di tematiche rilevanti, rappresentative delle seguenti macro aree:

- impatti economici diretti e indiretti;
- business ethics e promozione dei Diritti Umani;
- gestione responsabile della catena di fornitura;
- gestione dei rischi e Public Policy;
- posizionamento sul mercato e protezione dei clienti;
- gestione responsabile delle risorse umane, promozione della diversity, delle pari opportunità e della salute e sicurezza dei lavoratori;
- compliance con la normativa nazionale e internazionale;
- iniziative a favore delle Comunità locali;
- gestione responsabile delle risorse energetiche, delle emissioni in atmosfera e dei rifiuti.

Assegnazione delle Priorità

La fase di assegnazione delle priorità delle tematiche emerse, ha condotto a individuare le tematiche materiali oggetto di disclosure.

In questa fase, Telecom Italia ha valutato l'importanza delle tematiche emerse sia dal punto di vista esterno sia dal punto di vista interno. Quest'ultimo è stato fornito dalle principali funzioni aziendali grazie alla verifica puntuale delle tematiche oggetto di analisi.

[G4-26] L'aggiornamento della valutazione di rilevanza dal punto di vista esterno è stato realizzato attraverso una specifica attività di ascolto degli stakeholder, al fine di cogliere in modo diretto le percezioni di autorevoli rappresentanti dei portatori di interesse del Gruppo. In occasione del forum multistakeholder 2015, che ha visto il coinvolgimento di oltre 30 rappresentanti delle principali categorie di stakeholder esterni, sono stati sottoposti ai partecipanti i temi materiali per la strategia dell'Azienda al fine di individuarne un ordine di importanza³. Gli stakeholder, suddivisi in tavoli di lavoro tematici sulla base dei loro interessi e competenze, hanno espresso il loro parere in relazione ai temi trattati nel tavolo di appartenenza; l'utilizzo di scale parametriche quali-quantitative ha garantito uniformità di valutazione.

[G4-19] L'analisi dei risultati ha prodotto i dati necessari per elaborare la dimensione "rilevanza degli stakeholder" della matrice di materialità.

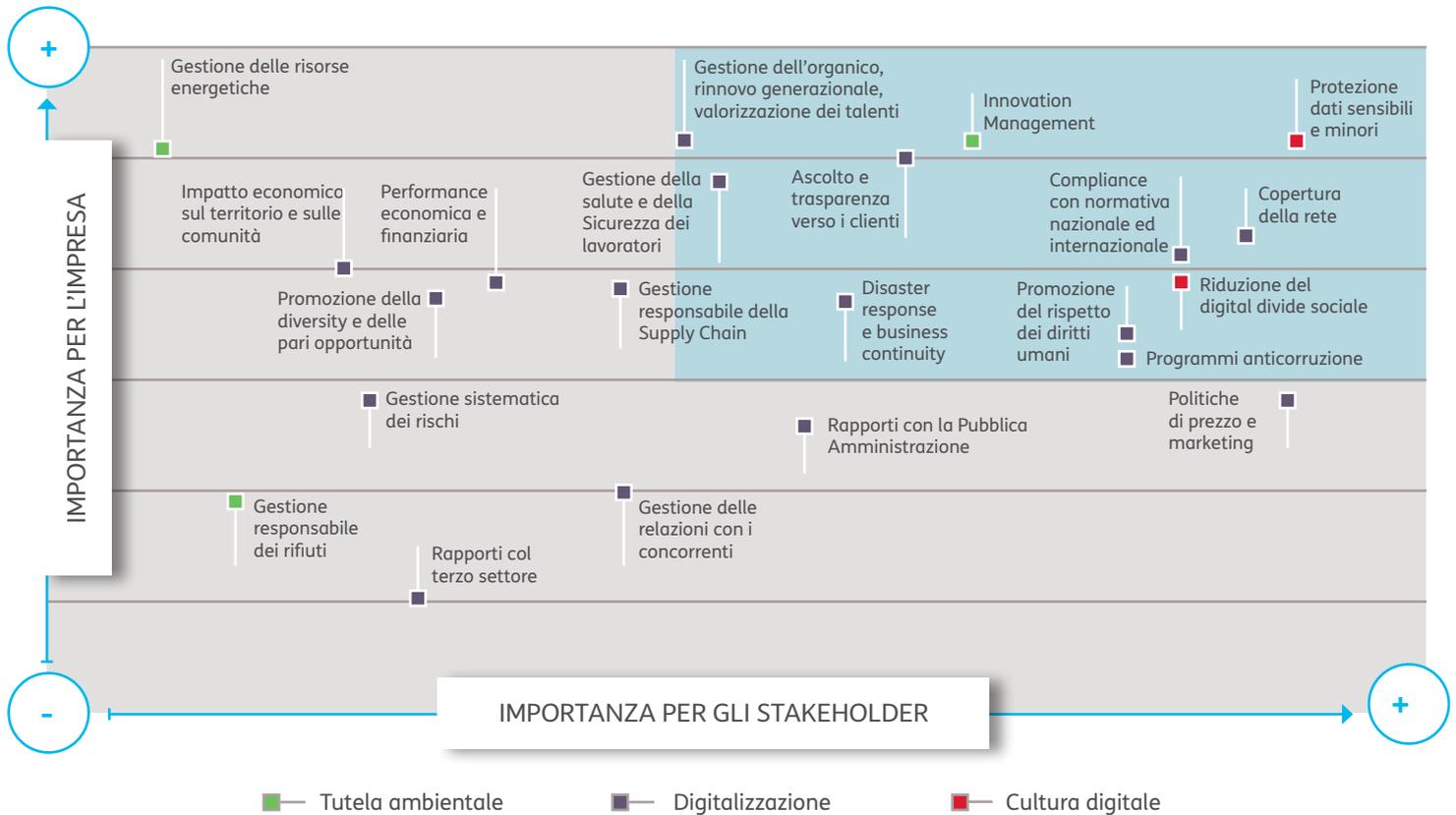
¹ Bilancio di sostenibilità 2014: "E' previsto che la fase di review venga svolta come attività preparatoria al prossimo ciclo di rendicontazione, con l'obiettivo anche di sottoporre i risultati delle analisi condotte, aggiornate nell'anno successivo, a specifiche attività di stakeholder engagement. Al fine di rendere sistematico, corente nel tempo, trasparente e strutturato il processo anche per i prossimi anni, è stato predisposto il "Manuale Telecom Italia di analisi di materialità ai sensi del GRI G4" che fornisce le linee guida per lo svolgimento delle attività, descrivendo tempistiche e ruoli coinvolti nel processo stesso."

² Ad esempio: Digital Economy and Society Index" dell'Unione Europea, i report dell'Osservatorio Agenda Digitale del Politecnico di Milano, il rapporto "Benessere Equo e Sostenibile in Italia - 2014" promosso dal Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro e dall'ISTAT.

³ Ad ogni partecipante, per una migliore comprensione dei temi trattati, è stato messo a disposizione in preparazione al forum un dossier di approfondimento.



I RISULTATI IN SINTESI: LA MATRICE DI MATERIALITÀ



La salute e la sicurezza dei lavoratori, come la gestione dell'organico, possono in apparenza sembrare temi materiali solo per lo stakeholder dipendenti. Tali temi, in realtà, coinvolgono direttamente la Pubblica Amministrazione e le Comunità dove il Gruppo opera e indirettamente tutti gli stakeholder che vengono in contatto con i dipendenti del Gruppo.

Validazione

La validazione dei temi e dell'intero processo di analisi di materialità è stata effettuata dalla funzione Corporate Shared Value che si è avvalsa, come già scritto, del supporto di SCS Consulting per la rilevazione delle percezioni attraverso la partecipazione ai tavoli di lavoro e alla condivisione dei risultati tra i partecipanti al forum. La Governance della Direzione Corporate Shared Value è esposta nel paragrafo *Governance della sostenibilità* del presente rapporto.

Review

È previsto che la fase di review venga svolta come attività preparatoria al prossimo ciclo di rendicontazione, con l'obiettivo anche di sottoporre i risultati delle analisi condotte, aggiornate nell'anno successivo, a specifiche attività di stakeholder engagement.

Il Gruppo ha predisposto le "Linee guida per l'aggiornamento dell'analisi di materialità di Telecom Italia" ai sensi delle GRI G4 al fine di strutturare in maniera trasparente il processo di analisi. Il documento fornisce le linee guida per lo svolgimento delle attività, descrivendo tempistiche e ruoli coinvolti nel processo. È in fase di analisi, per un ulteriore arricchimento della matrice, lo schema predisposto a tal fine dal GeSI per il settore ICT disponibile nel documento "ICT and Sustainable Development: a materiality assessment for the ICT industry".



Boundaries

[G4-20, G4-21] Tutti i temi (e quindi gli “aspetti” dello standard G4 del GRI) risultati materiali hanno importanti ricadute sia all'interno sia all'esterno dell'azienda.

Da un lato, ci sono i temi trasversali su tutte le Società consolidate del Gruppo, ovunque esse si trovino senza eccezione alcuna, e che hanno rilevanza su tutti gli stakeholder esterni e interni, ovvero:

- Innovation management
- Compliance con la normativa nazionale e internazionale
- Programmi anti-corruzione
- Promozione del rispetto dei Diritti Umani fuori e dentro l'Azienda
- Gestione della salute e sicurezza dei lavoratori
- Gestione dell'organico, rinnovo generazionale e valorizzazione dei talenti
- Ascolto del cliente e trasparenza nelle relazioni.

D'altro lato, ci sono i temi che interessano soprattutto le società del Gruppo che agiscono come operatori di telefonia, che comunque rappresentano di gran lunga la principale parte del Gruppo in termini di fatturato, dipendenti, e anche in termini di impatto sugli stakeholder esterni:

- Copertura della rete
- Riduzione del “digital divide” e promozione dell'inclusione sociale e della trasformazione digitale del Paese attraverso la diffusione e lo sviluppo della tecnologia ICT sul territorio
- “Disaster response” e business continuity
- Attività di gestione e protezione dei dati sensibili e dei minori.

Questi ultimi temi sono sicuramente più rilevanti per tutti gli stakeholder che vivono in Italia, dove Telecom Italia è il maggiore operatore e quindi è l'Azienda su cui gli stakeholder ripongono le loro maggiori aspettative. In Brasile, dove il Gruppo è presente con uno dei maggiori operatori mobili, sicuramente i temi toccano importanti interessi degli stakeholder, ma con un livello di intensità minore rispetto all'Italia.

Più in generale alcuni spunti emersi dal forum multistakeholder evidenziano come il Gruppo si caratterizzi per essere un:

- polo per lo sviluppo di competenze e cultura digitale. I partecipanti hanno rilevato la necessità di accrescere le competenze digitali di cittadini, imprese e PA in maniera strutturata, individuando in Telecom Italia un soggetto attivo per il miglioramento della realtà domestica;
- promotore di progetti in grado di generare valore condiviso. I rappresentanti delle Istituzioni e della Comunità hanno valorizzato il possibile ruolo di promotore diretto di iniziative di ricerca e sviluppo di soluzioni digitali, mentre dal mondo delle aziende si è proposto un ruolo di supporto e promozione delle realtà imprenditoriali che autonomamente realizzano innovazione digitale, da individuare mediante un processo di scouting attivo.

[G4-23] Non si sono registrate variazioni significative nel perimetro di attività, e quindi di rilevanza di boundary, nel corso degli ultimi anni, ad eccezione di quanto menzionato nel capitolo *Gruppo Telecom Italia*, paragrafo *Profilo del Gruppo*.



LE AREE STRATEGICHE DI INTERVENTO PER LA CREAZIONE DI CORPORATE SHARED VALUE

I temi identificati in matrice sono stati ricondotti alle tre aree di intervento, all'interno delle quali la funzione CSV ha misurato, per il 2015, i seguenti progetti:

■ Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale

◆ **Italia:**

- ▶ Digitalizzazione del Paese
- ▶ Impatto occupazionale
- ▶ Brevetti
- ▶ Expo 2015
- ▶ Extended Expo 2015
- ▶ Partnership con Digital Champions
- ▶ WithYouWeDo
- ▶ Joint Open Lab

◆ **Brasile:** Banda Larga Mobile

■ Tutela dell'ambiente

◆ **Italia:** Efficienza energetica

◆ **Brasile:** Biosite

■ Cultura digitale

◆ **Italia:**

- ▶ Scuola Digitale (TIM College + EducaTI)
- ▶ Partnership con la scuola e il mondo accademico
- ▶ Pappanoinweb

◆ **Brasile:** TIM TEC

Asili nido e Cittadino senza frontiere sono inclusi nel capitolo *Le persone di Telecom Italia*.

Di seguito una rappresentazione grafica del processo utilizzato nel 2015.

Link matrice di materialità – aree strategiche - progetti di CSV

Aspetti Materiali	Aree strategiche di intervento	Progetti di CSV Italia e Brasile
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Innovation management ▶ Copertura della rete ▶ Riduzione digital divide sociale ▶ Protezione dati e minori ▶ Ascolto e trasparenza clienti ▶ Promozione e rispetto dei diritti umani ● Gestione relazione con i concorrenti ● Diversity e pari opportunità ● Rapporti con pubblica amministrazione ● Impatto economico territorio e comunità ● Gestione responsabile catena di fornitura ● Politiche di prezzo e marketing 	 <p>Digitalizzazione connettività e innovazione sociale</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Digitalizzazione del Paese ▶ Impatto occupazionale ▶ Brevetti ▶ Expo 2015 ▶ Extended Expo 2015 ▶ Partnership con Digital Champions ▶ WithYouWeDo ▶ Joint Open Lab  <ul style="list-style-type: none"> ▶ Banda Larga Mobile 
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Innovation management ● Gestione risorse energetiche ● Gestione dei rifiuti 	 <p>Tutela dell'ambiente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Efficienza Energetica  <ul style="list-style-type: none"> ▶ Biosite 
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Protezione dati e minori ▶ Riduzione digital divide sociale 	 <p>Cultura digitale</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Scuola Digitale (TIM College + EducaTI) ▶ Partnership con la scuola e il mondo accademico ▶ Pappanoinweb  <ul style="list-style-type: none"> ▶ TIM TEC 
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Innovation management ▶ Gestione organico rinnovo talenti ● Diversity e pari opportunità 	 <p>People</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Asili Nido  <ul style="list-style-type: none"> ▶ Cittadino senza frontiere 

▶ Aspetti più rilevanti



Italia



Brasile



Per giungere alla quantificazione, sono state identificate 10 macro-classificazioni di valore business e social, espresse tramite specifici KPI, fondamentali per misurare il valore del singolo progetto e per aggregare quello complessivo generato.

I 3 driver relativi al business value sono:

- ricavi;
- costi;
- reputation.

I 7 driver relativi al social value sono:

- digitalizzazione: collegati alla diffusione della penetrazione ultrabroadband, alla digitalizzazione della scuola, alla digitalizzazione della sanità, ecc.;
- benessere del Paese: valorizzano la capacità di creare occupazione diretta e indiretta, impatti potenziali su PIL e occupazione nella costruzione della rete ultrabroadband;
- capacità di innovare: legata agli investimenti in ricerca e sviluppo, innovazioni create e brevettate, capacità di innovazione dei dipendenti;
- tutela dell'ambiente: relativi a risparmio energetico, conseguente ottenimento di certificati bianchi e riduzione delle emissioni relative a Telecom Italia e ai clienti che usufruiscono di prodotti e/o soluzioni di efficienza energetica venduti dal Gruppo Italia (impatti diretti e indiretti);
- sostegno alle università: collegati al sostegno a mondo accademico e ricerca;
- reddito imprese e famiglie: legati al miglioramento delle redditività delle imprese, pubbliche e private, famiglie;
- diffusione delle conoscenze: valorizzano la capacità di Telecom Italia di creare competenze, quali ad esempio ore di formazione, investimenti, persone coinvolte, ritorno sull'investimento in capitale umano.

La stima di *economic shared value* generato nel corso del 2015 è di oltre 12 miliardi di euro, suddiviso in 3,3 miliardi di euro di business value e di 9,1 miliardi di euro di social value. I dettagli dei valori dei singoli progetti sono riportati nei capitoli corrispondenti.

Da segnalare infine che la misurazione ha evidenziato vari KPI non economici, riportati in dettaglio nelle singole schede di progetto, quali gli impatti sulla reputation (ad esempio oltre 12 milioni di contatti in rete grazie al progetto WithYouWeDo) o di sostegno alle università: circa 150 giovani coinvolti, 5 atenei, 8 laboratori di ricerca applicata e di innovazione creati da Telecom Italia (Joint Open Lab) presso le principali università italiane.



DIGITALIZZAZIONE, CONNETTIVITÀ E INNOVAZIONE SOCIALE



RILEVANZA STRATEGICA DI TELECOM ITALIA

L'Azienda si pone come “abilitatore” nella creazione di un ecosistema digitale che connetta imprese, PA e comunità locali, in modo da creare sinergie positive per lo sviluppo. Il contributo che il Gruppo offre alla crescita delle realtà in cui opera, non si ferma ai progetti infrastrutturali e spazia dalle soluzioni digitali per i servizi della PA ai servizi cloud per le imprese, dalle piattaforme digitali per la sanità, alle applicazioni rivolte a persone diversamente abili e alle tecnologie per il contenimento dei consumi energetici delle città e delle imprese. In tale ambito sono state sviluppate varie iniziative di innovazione sociale, tra cui la piattaforma di crowdfunding che accoglie richieste di donazioni e altri aiuti finanziari senza fini di lucro per chi intenda realizzare progetti finalizzati alla tutela dell'ambiente e del sociale. Inoltre Telecom Italia è socio fondatore dell'associazione italiana dei Digital Champions che sono gli ambasciatori dell'innovazione nominati da ciascuno Stato membro della UE allo scopo di promuovere i benefici di una società digitale inclusiva e far diventare “digitali” i propri cittadini, lavorando anche con comunità, imprese, Governi e mondo accademico.

Nel corso del 2015, la funzione CSV ha stimato, tramite l'applicazione di nuove metriche di analisi, l'impatto delle attività del Gruppo con un approfondimento per le attività domestiche. Il dettaglio della misurazione, nato da una mappatura delle attività aziendali, è descritto nel capitolo ed evidenziato nei box dedicati per facilitarne la lettura.

[G4-DMA Product and Service Labeling], [G4-DMA Marketing Communications], [G4-DMA Customer Privacy], [G4-DMA Compliance]

TemI materiali in questo capitolo:

- copertura della rete
- ascolto e trasparenza verso i clienti
- gestione dell'innovazione
- attività di gestione e protezione dei dati sensibili
- protezione dei minori

Policy aziendali rilevanti: Carte dei servizi e Condizioni generali di abbonamento, Codici di autodisciplina per i servizi mobili e di condotta per i servizi a sovrapprezzo, Linee Guida per il marketing responsabile, Informative di Telecom Italia ai sensi dell'art. 13 del Codice privacy, Requisiti di compliance per il trattamento di dati anonimizzati o pseudonimizzati, Rispettare i Diritti Umani nel Gruppo Telecom Italia, disponibili sul sito telecomitalia.com.

Efficacia e monitoraggio: l'Azienda utilizza alcuni KPI numerici per controllare l'efficacia dei processi di gestione, oltre al monitoraggio previsto dai sistemi di gestione della qualità e dalle strutture preposte al controllo interno. Il presente capitolo espone quelli relativi alla copertura del territorio con le infrastrutture di banda larga, alla Customer Satisfaction, il numero di domande di conciliazione pervenute e risolte, il numero di segnalazioni pervenute. In appendice al Bilancio sono esposti i KPI riguardanti i target numerici, in particolare, i target di attivazione del servizio, dei reclami, di assistenza e manutenzione, disponibilità e copertura territoriale con reti a banda larga.

Le reti a banda ultralarga: un patrimonio per il Paese

Telecom Italia gestisce la più grande infrastruttura di rete fissa, per voce e dati, diffusa in modo capillare su tutto il territorio italiano e fornisce una delle piattaforme di rete mobile più estesa e avanzata del Paese. È quindi per dimensione, penetrazione e patrimonio infrastrutturale e tecnologico, un'impresa “di sistema”, integrata con il territorio e con il tessuto sociale ed economico-produttivo, con un ruolo pervasivo per l'intera economia del Paese e la competitività delle sue aziende, l'efficienza della PA e, più in generale, il benessere degli stessi cittadini.



[G4-EC7a], [G4-EC7b], [G4-EC8a], [G4-EC8b], [G4-DMA Indirect Economic Impacts] Il Gruppo contribuisce a produrre circa lo 0,7% del valore aggiunto del PIL italiano¹. Le attività del Gruppo generano lavoro diretto per circa 50mila persone in Italia; se si considerano i dipendenti indiretti, ossia quelli che operano su progetti connessi alle attività di Telecom Italia, si stima che circa 100mila unità, corrispondenti a circa l'1% dei dipendenti dell'intero settore privato, rappresentano il lavoro diretto ed indiretto attribuibile al Gruppo in Italia.

Applicando le metriche del modello di CSV, la stima del valore² generato in Italia dal Gruppo è pari a 8,4 miliardi di euro, così dettagliati:

- 2,8 miliardi è il contributo diretto alla famiglie (retribuzione ai dipendenti);
- 1,4 miliardi è il contributo indiretto alla famiglie (fornitori);
- 4,2 miliardi è il contributo indiretto alle imprese e PA.

[G4-EC7a] Consapevole di questo ruolo strategico, Telecom Italia opera costantemente per gestire e innovare il patrimonio infrastrutturale e tecnologico che mette al servizio del Paese: nel 2015 l'Azienda ha investito circa 3 miliardi di euro in infrastrutture innovative in Italia; anche nel triennio 2016-2018 sono previsti investimenti innovativi pari a circa 7 miliardi di euro. Nel 2015 il Gruppo si è collocato al primo posto nel ranking europeo degli investimenti in Ricerca e Sviluppo, terzo a livello mondiale, all'interno del settore TLC³.

Il piano triennale 2016-2018 conferma l'impegno in investimenti per infrastrutture e tecnologie avanzate e lo indirizza in particolare sulle reti di nuova generazione.

NGAN

Nel corso del 2015 è proseguito, con ancor maggior intensità, l'impegno di Telecom Italia negli investimenti per la Rete di accesso di nuova generazione (NGAN, Next Generation Access Network). Ciò è stato possibile anche grazie all'innovazione tecnologica che ha cambiato lo scenario di riferimento in modo sostanziale. Oggi sono considerate a pieno titolo reti di nuova generazione anche le soluzioni che portano la fibra fino all'armadio ripartilinea per poi proseguire in rame fino all'abitazione, il cosiddetto FTTCab (Fiber to the Cabinet). Le soluzioni FTTCab, potenziando le infrastrutture di rete già esistenti nel tratto terminale dell'accesso, comportano un impegno economico minore rispetto alle soluzioni FTTH (Fiber to the Home) poiché evitano all'operatore di rete di posare la fibra ottica fino all'abitazione del cliente. Ciò permette dunque di realizzare più rapidamente e con un minor costo le reti di accesso di nuova generazione.

Le reti mobili allo stesso tempo hanno quasi completato la copertura del territorio con il nuovo standard 4G/LTE⁴, che rappresenta un'evoluzione significativa in risposta alla crescente domanda di dati ad alta velocità. Questa nuova tecnologia di rete mobile si caratterizza per la maggiore rapidità di trasmissione rispetto al passato e tempi di risposta ridotti, permettendo un'elevata interattività in mobilità.

Dunque, dopo aver realizzato le infrastrutture nazionali fisse e mobili, la sfida con cui il Gruppo si sta misurando negli ultimi anni è rappresentata dalla realizzazione delle reti a banda ultralarga, uno sforzo importante che impegna quotidianamente tecnici ed ingegneri di rete.

¹ Stime interne.

² Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV, *Impatto occupazionale*.

³ EU Industrial R&D Investment Scoreboard. Rapporto Commissione Europea 2015

⁴ Dato a fine 2015 oltre l'88% della popolazione; per maggiori dettagli cfr. paragrafo *Digital Inclusion geografica*.



[G4-EC8b] Inoltre, l'impegno di Telecom Italia si è manifestato anche nella partecipazione, nel corso degli anni, sempre come unico operatore, ai bandi di gara pubblici Eurosud indetti dal Ministero per lo Sviluppo Economico (MISE)¹, essenziali per assicurare la banda ultralarga nelle aree a "fallimento di mercato" (cosiddette "aree bianche", in cui è concreto il rischio di una mancata remunerazione dell'investimento) e raggiungere, così, l'obiettivo della copertura a 30 Mbit/s del 100% della popolazione entro il 2020.

[G4-DMA Indirect Economic Impacts] L'ambizioso piano di investimenti che Telecom Italia sta seguendo coincide con una fase in cui il Governo Italiano è impegnato nell'attuazione del piano strategico nazionale per la banda ultralarga, volto a raggiungere gli sfidanti obiettivi dell'Agenda Digitale Europea, sul versante sia di una diffusa offerta di infrastrutture sia di un incremento della domanda di servizi digitali. Il piano di investimenti di Telecom Italia assume quindi un peso rilevante nell'ottica della trasformazione digitale della società, confermando il ruolo storico nel nostro Gruppo come motore di modernizzazione del Paese e favorendo il conseguimento degli obiettivi posti dall'Agenda Digitale Europea².

Gli effetti economici delle reti a banda larga e ultralarga sulla crescita e l'occupazione

[G4-DMA Indirect Economic Impacts], [G4-EC7b] La diffusione di reti a banda larga e ultralarga rappresenta un volano per la crescita economica dei Paesi.

Applicando le metriche del modello di CSV, si stima che il valore generato⁽³⁾ dagli investimenti effettuati dal Gruppo in Italia incida positivamente sia sulla crescita del PIL che sull'impatto occupazionale, come di seguito riportato:

- 1,9 miliardi di euro (0,12% del PIL 2014),
- il numero di posti di lavoro potenzialmente attivati è di oltre 22mila.

Per quanto riguarda la misura dell'impatto specifico delle reti a banda ultralarga sulle economie, uno dei primi studi realizzati sul tema è quello realizzato da Analysys Mason e Tech4i2 nel 2013 per la Commissione Europea⁴ secondo cui un investimento in reti a banda ultralarga può generare benefici di circa tre volte superiori al capitale investito. Secondo lo studio, l'investimento in reti di nuova generazione produce un beneficio importante anche in termini occupazionali dal momento che ogni miliardo di euro investito è in grado di generare circa 20mila posti di lavoro.

Un risultato simile si trova anche nello studio realizzato da The Boston Consulting Group (BCG) per ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association) nel 2013⁵. BCG stima in circa 110-170 miliardi di euro il gap di investimenti necessari per raggiungere gli obiettivi infrastrutturali previsti dal progetto Agenda Digitale Europea. In caso si riescano a realizzare gli incrementi di investimento necessari, afferma ancora BCG, si potrebbe ottenere una crescita di 750 miliardi di euro in termini di PIL e di 5,5 milioni di posti di lavoro, ossia 4,4 miliardi di euro di PIL e circa 30 mila posti di lavoro per ogni miliardo di euro investito.

Entrambi gli studi mostrano dunque che le reti a banda ultralarga hanno un effetto positivo sulle economie. Migliori risultati si ottengono certamente quando i piani di investimento degli operatori privati si accompagnano alla presenza di iniziative pubbliche finalizzate ad estenderne il livello di copertura e dunque ad ampliare i benefici per tutti i cittadini.

¹ Nel corso del 2015 non sono stati emessi bandi. Nel 2014 Telecom Italia ha partecipato e si è aggiudicata i due bandi indetti per le regioni Calabria e Veneto, che si sono aggiunti alle due gare - relative alle regioni Lazio e Campania - che Telecom Italia si era aggiudicata nel corso del 2013.

² Il capitolo *Gruppo Telecom Italia* contiene un resoconto delle iniziative che coinvolgono Istituzioni nazionali e locali per valutare i requisiti per i lavori delle infrastrutture.

³ Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV, *Digitalizzazione del Paese*.

⁴ Study on the socio-economic impact of bandwidth (SMART 2010/0033), Analysys Mason e Tech4i2 - marzo 2013. L'intero studio è scaricabile al link <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/study-socio-economic-impact-bandwidth-smart-20100033>. Una sintesi dei principali risultati del lavoro è disponibile nel sito di Analysys Mason al link: <http://www.analysismason.com/About-Us/News/Press-releases1/broadband-benefit-for-EU-Mar2013/>.

⁵ Reforming Europe's Telecoms Regulation to Enable the Digital Single Market, The Boston Consulting Group - 2013.



Due strumenti per aumentare la trasparenza nello sviluppo delle infrastrutture di rete e incentivare lo sviluppo di progetti digitali: Telecom Italia Netbook e Italia Connessa

[G4-DMA Indirect Economic Impacts] Allo scopo di rendere ancora più trasparente lo sviluppo effettivo delle infrastrutture di rete a banda larga e ultralarga, Telecom Italia pubblica dal 2012 il Telecom Italia Netbook - telecomitalia.com/tit/it/innovazione/rete/netbook-2015.html - che monitora in modo capillare e meticoloso lo “stato di avanzamento lavori”. Telecom Italia Netbook è una pubblicazione che mostra al Paese e ai principali stakeholder con estrema trasparenza, chiarezza e precisione lo stato della rete, illustrando attraverso dati e mappe la dimensione e l’articolazione delle infrastrutture di Telecom Italia, l’evoluzione che si registra a livello di centrali (che non solo vengono sempre più raggiunte dalla fibra ottica, ma accolgono anche apparati di nuova generazione per la gestione del traffico a banda larga), il livello di copertura della rete a banda larga ed ultralarga in ogni singola provincia italiana.

Inoltre, per stimolare e promuovere la cultura dell’innovazione e accelerare i processi di digitalizzazione anche tra comuni di medie dimensioni, è stata realizzata nel 2015 la quarta edizione di Italia Connessa: Agende Digitali Regionali, una pubblicazione che contiene un check-up digitale delle regioni, cui si collega un’iniziativa rivolta alle Amministrazioni locali che propongono il piano di sviluppo digitale più concreto e convincente. Grazie a tale iniziativa, Telecom Italia si impegna a premiare l’istituzione locale che favorisce lo sviluppo di servizi digitali rivolti ai cittadini e imprese realizzando le infrastrutture a banda ultralarga in anticipo rispetto ai propri piani.

L’impegno di Telecom Italia per ridurre al minimo i disagi nella realizzazione delle reti

[G4-EC7b] La realizzazione delle infrastrutture di rete fissa e mobile può essere accompagnata da disagi per le comunità locali (i lavori per la posa della fibra possono creare traffico e rumori). Telecom Italia attenua tali aspetti negativi ricorrendo a tecniche innovative di scavo e posa, come ad esempio lo scavo di minitrincee al posto delle normali canalizzazioni e l’utilizzo di materiali innovativi. In questo modo si ottiene una complessiva riduzione dei tempi dei lavori e dei disagi stradali, oltre a una notevole diminuzione degli impatti ambientali (meno emissioni in aria e rifiuti da smaltire) e sociali (riduzione degli infortuni sul lavoro).

Le infrastrutture di rete come piattaforma abilitante per lo sviluppo dell’economia digitale e l’aumento della competitività del Paese

[G4-EC8a] L’ultimo rapporto OCSE su Scienza, Tecnologia e Industria¹ riassume molto chiaramente gli aspetti che determinano il diverso livello di competitività di un Paese e delinea le “ricette” che le economie dovrebbero mettere in atto per uscire dalla crisi:

- promozione dell’innovazione, anche attraverso l’offerta di sistemi formativi orientati soprattutto a stimolare il talento, diffondere nella popolazione le nuove competenze richieste dai sistemi produttivi, estendere la fascia di popolazione permeabile alle nuove tecnologie;
- aumento della produttività del lavoro, che spiega i differenziali di crescita della ricchezza degli ultimi anni tra i Paesi maggiormente aperti alle nuove tecnologie e le altre economie;
- individuazione di nuove opportunità di crescita nelle soluzioni che si indirizzano alla salvaguardia dell’ambiente, all’invecchiamento della popolazione, al miglioramento della qualità della vita in ambito urbano;
- aumento dell’efficacia dei sistemi locali e nazionali di ricerca e sviluppo, connettendoli alle reti di ricerca internazionali ed ai principali bacini di conoscenze, aumentando le occasioni di incontro tra la ricerca e le imprese.

Le infrastrutture a banda larga e ultralarga in quanto General Purpose Technologies (GPTs) ossia tecnologie abilitanti per l’attivazione di nuovi servizi e soluzioni e la diffusione di cultura digitale, rappresentano uno dei principali driver per rendere possibili gli sviluppi auspicati dall’OCSE. Infatti, fin dal 2009 uno studio di Waverman² indicava nella banda larga un veicolo per rendere più efficiente – e quindi maggiormente competitivo – un sistema economico attraverso l’aumento della produttività derivata dal maggiore uso delle tecnologie ICT. Tale impatto è ovviamente amplificato quanto più il sistema economico è maggiormente aperto all’utilizzo delle nuove tecnologie.

¹ Science, Technology and Industry Outlook, OECD.

² Economic Impact of Broadband: An Empirical Study, L. Waverman – 2009. Waverman stimava un aumento della produttività di 0,13% ogni punto percentuale di aumento della copertura della rete a banda larga.



Digital Inclusion

[G4-EC7], [G4-EC8] Per fronteggiare il divario tecnologico generatosi nelle cosiddette zone marginali del territorio italiano, che altrimenti resterebbero escluse dai programmi ordinari degli operatori di telecomunicazione a causa della scarsa redditività degli investimenti, tra il 2005 e il 2015 Telecom Italia ha realizzato un programma d'investimenti straordinari che ha permesso di fornire la copertura ADSL (copertura lorda¹ > 70%) a circa 7.700 comuni in totale (4.350 comuni in più rispetto a dicembre 2005).

A dicembre 2015 Telecom Italia ha attivato circa 9.600 centrali, di cui 8.200 con fibra. Oltre al piano di estensione delle coperture, Telecom Italia ha affiancato un piano integrativo di ampliamento della rete attiva², laddove necessario, per garantire la piena fruibilità del servizio da parte dei clienti e lo sviluppo della digital inclusion.

Nella tabella seguente si riportano le percentuali di copertura a dicembre degli ultimi tre anni.

Descrizione	2015	2014	2013
Copertura ADSL (*)	99,10	98,75	98,40
Copertura UMTS e HSDPA (**)	96,00	96,00	87,50
Copertura LTE (**)	>88,00	77,00	49,00
Copertura Next Generation Plan (telefonia fissa) (***)	>42,00	28,10	16,80

(*) La percentuale si riferisce alle linee telefoniche fisse di Telecom Italia.

(**) La percentuale si riferisce alla popolazione residente. I valori di copertura possono subire variazioni con riferimento agli aggiornamenti ISTAT e di urbanizzazione.

(***) La percentuale è determinata dal rapporto tra il numero di unità immobiliari sottese ad "armadi" raggiunti dalla fibra ottica in accesso (o servibili direttamente da centrale se a distanze accettabili) ed il numero totale delle unità immobiliari che hanno attive o hanno avuto in passato linee telefoniche.

Per favorire la digital inclusion e la conseguente copertura delle aree geografiche a "fallimento di mercato", Telecom Italia non può prescindere da interventi congiunti "pubblico-privato".

Le modalità d'intervento finora seguite sono state essenzialmente due, entrambe pienamente in linea con le norme europee in materia di concorrenza:

- la prima è caratterizzata da un approccio "centrale" che vede la collaborazione con Infratel Italia S.p.A. (Infrastrutture e Telecomunicazioni per l'Italia)³, il soggetto pubblico che realizza le infrastrutture passive di rete a banda larga (cavi in fibra ottica) organiche e integrate sul territorio nazionale, con l'obiettivo di diffondere la digital inclusion nelle aree a minore redditività del Paese;
- la seconda modalità è contraddistinta da un approccio "locale", fondato sulla collaborazione con le regioni che promuovono i progetti volti a aumentare la digital inclusion, per esempio attraverso forme di finanziamento imperniate su gare pubbliche secondo il c.d. "modello claw-back" che prevede l'assegnazione di contributi a compensazione della mancata redditività degli investimenti.

¹ I dati di Copertura Ufficiale di Telecom Italia, si riferiscono alla copertura tecnica della popolazione telefonica (in termini di linee a 64 kbit/s equivalenti) al lordo delle aree non tecnicamente servibili a causa delle caratteristiche della rete di accesso in rame (presenza di apparati numerici quali ad esempio MPX, UCR o MD48, eccessiva distanza dalla centrale, ecc).

² Il piano è costituito dagli interventi che garantiscono la piena fruibilità del servizio da parte dei clienti attraverso l'ampliamento della capacità degli apparati utilizzati, sia in termini di porte utente sia di ampiezza della banda disponibile sulla rete internet. Tecnicamente si parla di attività di desaturazione degli apparati DSLAM, svolte preventivamente o al superamento di soglie definite di qualità e disponibilità del servizio broadband".

³ La Società è stata costituita su iniziativa del Dipartimento di Comunicazione del Ministero dello Sviluppo Economico e Invitalia, l'Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa ed è il soggetto attuante del Programma banda larga.



Utilizzando i suddetti modelli d'intervento, in taluni casi anche contemporaneamente, nel corso degli ultimi anni Telecom Italia ha siglato diversi accordi di collaborazione con le varie realtà territoriali (ad es: Memorandum of Understanding con la regione Emilia-Romagna e Lepida¹), alcuni ancora in fase di realizzazione (nel 2015). Si segnala, tra l'altro, l'aggiudicazione nel 2012 del bando pubblicato dalla regione Marche per il completamento della digital inclusion (attraverso servizi a banda larga avanzati con velocità fino a 20 Mbit/s) nelle aree regionali a fallimento di mercato. Il progetto si è concluso nell'ultimo trimestre 2015.

Dal secondo semestre 2013 e fino a settembre 2015 il Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) ha emesso dodici bandi su base regionale nell'ambito del piano Nazionale Banda Larga, tramite Infratel Italia S.p.A. individuata come soggetto attuatore e assegnatario dei fondi previsti.

I fondi allocati per i progetti di diffusione del servizio a banda larga nelle aree in digital inclusion sono pari a 353 milioni di euro, di cui 225 milioni da destinare al modello "claw-back"; il contributo per ciascuna regione può corrispondere ad un massimo del 70% dei costi del progetto per l'ampliamento della digital inclusion. I bandi emessi sono relativi alle seguenti dodici regioni: Abruzzo, Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Liguria, Marche, Molise, Sicilia, Toscana, Umbria e Veneto.

Nel corso del 2015 non sono stati emessi i bandi delle regioni: Basilicata, Lombardia, Piemonte, Puglia e Sardegna.

Per le restanti tre regioni (Friuli Venezia-Giulia, Trentino Alto-Adige e Valle d'Aosta) non sono previsti interventi del MISE in quanto le suddette regioni dispongono di piani autonomi.

Telecom Italia ha partecipato a tutti i bandi finora emessi, ad eccezione di quello per la regione Liguria; si è aggiudicata i bandi relativi alle regioni Calabria, Campania, Lazio, Veneto, Toscana e Sicilia (per contributi complessivi assegnati pari a circa 63 milioni di euro) mentre i bandi relativi a Abruzzo, Emilia-Romagna, Marche, Umbria e Liguria sono stati aggiudicati a NGI S.p.A.

Per la regione Molise un primo bando è stato annullato ed un secondo è andato deserto.

La creazione di questo ecosistema digitale si basa sull'eccellenza dei prodotti e servizi offerti alla clientela e su un processo di acquisto finalizzato all'approvvigionamento di prodotti e servizi alle migliori condizioni di mercato, assicurando al contempo i requisiti di qualità, sicurezza e rispetto sociale e ambientale.

Per quanto riguarda le iniziative attuate da Telecom Italia per l'inclusione sociale di clienti con bisogni specifici (non udenti, anziani, minori, ecc.) si rinvia al sito web.

La presenza del Gruppo in Brasile

[G4-EC7a] L'attenzione all'innovazione e agli investimenti in nuove infrastrutture e tecnologie caratterizza l'azione di Telecom Italia anche in Brasile, Paese nel quale opera dal 1997 attraverso la controllata TIM Brasil e che, per il Gruppo, è il secondo mercato di riferimento. Tale presenza si è andata rafforzando negli ultimi anni grazie ad acquisizioni strategiche: le infrastrutture di rete fissa di Intelig e AEM Atimus hanno permesso al Gruppo di rafforzare le dorsali e i collegamenti di giunzione delle stazioni radio base della rete mobile attraverso l'utilizzo di cavi in fibra ottica che, in una prospettiva di sviluppo delle reti LTE, risultano ancora più importanti e strategici.

Telecom Italia ha investito in Brasile, solo negli ultimi 5 anni, oltre 7,5 miliardi di euro, con un focus prevalentemente indirizzato alla realizzazione delle infrastrutture di nuova generazione e contribuendo fattivamente alla modernizzazione del Paese.

¹ Lepida S.p.A. è lo strumento operativo promosso dalla Regione Emilia Romagna per la pianificazione, lo sviluppo e la gestione omogenea e unitaria delle infrastrutture di telecomunicazione degli enti collegati alla rete. La società favorisce interventi anche a favore della digital inclusion in zone rurali o montane.



A seguito dell'acquisizione effettuata nel 2014 del diritto d'uso della banda 700MHz (con un esborso pari a 936 milioni di euro), nel corso del 2015 TIM Brasil ha continuato ad investire in infrastrutture della rete 3G e ha raggiunto la leadership nel 4G, sia per numero di città coperte (411 a fine 2015) che in termini di copertura relativa alla popolazione urbana (59% a fine 2015). Anche la copertura dei siti 4G è aumentata: in particolare, il numero di siti coperti con LTE è più che raddoppiato nel 2015, raggiungendo un totale di 7.700. L'investimento in infrastrutture ha permesso l'espansione della rete di fibra ottica (metropolitana e di lunga distanza) a 68.000 km.

Infine, TIM Brasil ha concluso la cessione della terza tranche di torri di telecomunicazione ad American Tower do Brasil, allo scopo di ottimizzare le risorse finanziarie della società e sostenere il piano di investimenti annunciato in Brasile.

Solo nel biennio 2014-2015 gli investimenti in infrastrutture innovative sono stati oltre 2 miliardi di euro ed il piano 2016-2018 prevede circa 4 miliardi di euro in investimenti quasi interamente rivolti a una maggiore copertura 4G del Paese.

[G4-EC7b] In America Latina la telefonia mobile, sin dalla sua introduzione, ha svolto un ruolo chiave nel processo di integrazione delle fasce più disagiate, divenendo fattore di coesione e partecipazione alla vita sociale e democratica. TIM Brasil gestisce oltre 66 milioni di linee mobili e, in questo contesto, ha sempre giocato un ruolo importante. Quanto fatto in passato estendendo la copertura della rete mobile a tutto il Paese, prosegue su alcuni importanti assi di sviluppo, quali il miglioramento della qualità della rete per le maggiori città, lo sviluppo del Mobile BroadBand e del Fiber-To-The-Site (FTTS) sviluppato in alcune città, progetti pilota di small-cell e Wi-Fi e lo sviluppo del progetto di trasmissione LT Amazonas fiber nella regione amazzonica.

[G4-EC8] TIM Brasil si distingue per progetti di inclusione sociale come la Transamazonica Digital, che porta fibra ottica in alcune municipalità degli Stati di Amazonas, Parà e Amapà. La disponibilità di infrastrutture, tuttavia, è solo uno degli ingredienti e deve procedere di pari passo alla complessiva crescita digitale della popolazione, un'alfabetizzazione che faccia sviluppare la domanda e stimoli gli investimenti. In questo contesto si colloca il "piano nazionale di banda larga" del Brasile (PNBL - Programa Nacional de Banda Larga), cui il Gruppo Telecom Italia ha partecipato fin dall'inizio, un programma federale che ha guidato il Paese verso l'obiettivo di incoraggiare e diffondere l'uso e la distribuzione di beni e servizi ICT, espandere la copertura delle reti alle aree più remote nonché di rendere più accessibili i servizi a tutte le fasce della popolazione, contribuendo a ridurre le disuguaglianze economiche e sociali.

TIM Brasil ha continuato la promozione delle offerte commerciali per favorire la diffusione del web mobile, specialmente presso le classi meno abbienti. Si tratta di offerte a consumo con tariffe convenienti, particolarmente adatte a favorire l'ampliamento della digital inclusion socio-culturale (per es. INFINITY WEB e LIBERTY WEB).

Inoltre, il progetto Data Connections raggiunge tutte le scuole pubbliche ubicate in zone rurali, all'interno dell'area di copertura TIM (download dati a 256 kbps e upload a 128 kbps). A dicembre 2015 il progetto è stato realizzato al 75%.

CLIENTI DEL GRUPPO

L'obiettivo del Gruppo è garantire una risposta immediata e competente alle esigenze dei clienti, uniformando i propri comportamenti a correttezza negoziale, trasparenza nei rapporti e negli impegni contrattuali, cortesia e collaborazione, nella logica della centralità del cliente e nel pieno rispetto dei principi stabiliti dalle procedure aziendali. In tale contesto è altresì valorizzata l'attività di collaborazione con le associazioni dei consumatori anche attraverso la stipula di accordi specifici in materia.

Gli stakeholder rilevanti sono:

- i clienti consumer, con particolare attenzione ai clienti con bisogni specifici (diversamente abili, anziani, minori, ecc.);
- i clienti business e PA;
- le associazioni dei consumatori.



Qualità del servizio e customer satisfaction

[G4-DMA Product and Service Labelling] La progressiva digitalizzazione globale e la diffusione dei social media stanno radicalmente modificando il modo in cui il consumatore costruisce e gestisce le relazioni con i brand. Comprendere e misurare le aspettative dei clienti ed adottare una cultura dell'ottimizzazione continua, sono i driver che permettono di offrire la migliore esperienza ai clienti, affermarne la centralità, a beneficio della sostenibilità economica, della loyalty e del passaparola positivo.

In questo contesto, Telecom Italia ha sviluppato un ampio sistema di ascolto per rilevare la Customer Satisfaction, che si articola in indagini "a caldo" e "a freddo". Le prime con l'obiettivo di rilevare la qualità percepita subito dopo un evento e/o contatto specifico con l'azienda (es. installazione di un servizio, acquisto di un prodotto e/o servizio, chiamata al servizio clienti, riparazione di un guasto). Queste indagini, di tipo continuativo o periodico, sono realizzate principalmente attraverso canali automatici. Le indagini "a freddo", realizzate indipendentemente da un evento specifico, permettono di rilevare la soddisfazione dei clienti anche in chiave competitiva. In quest'ambito rientra il monitoraggio del Customer Satisfaction Index (CSI) - che adotta standard internazionali (ACSI, American Customer Satisfaction Index) - per rilevare la percezione di qualità sui principali indicatori di soddisfazione dei diversi segmenti di clientela e dei competitor.

Il Gruppo, nell'ambito dell'evoluzione continua delle indagini, ha iniziato a sperimentare nuove metodologie di ascolto in ottica Customer Experience Management (CEM), per cogliere meglio l'esperienza dei clienti e trarre indicazioni per il miglioramento dei processi.

L'introduzione delle nuove metodologie ha comportato un cambiamento nei questionari e canali utilizzati per le interviste, oltre a considerare nuovi indicatori. Tra questi il più rilevante è il Net Promoter Score (NPS), fondato su standard internazionali ed utilizzato in diversi settori industriali. L'NPS è basato sulla raccomandabilità dell'operatore in relazione all'esperienza vissuta. In una scala da 0 a 10, si definiscono "promotori" i clienti che esprimono i voti 9 o 10, "detrattori" quelli che forniscono un voto da 0 a 6, mentre i restanti clienti si considerano "passivi" e non concorrono all'NPS. L'NPS è calcolato come differenza tra percentuali di "promotori" e "detrattori". Nel 2015, ad esempio, si è iniziato a monitorare l'NPS dei clienti che parlano con il servizio di assistenza telefonica con risultati ampiamente positivi (NPS superiore a 10).

[G4-PR5] Analogamente, anche il monitoraggio del CSI si è evoluto in ottica Customer Experience ed è stato esteso ai nuovi servizi (es. LTE e fibra). Per ricostruire il trend degli anni precedenti, sono state effettuate rilevazioni in parallelo per la normalizzazione dei valori.

Il monitoraggio del CSI ha conseguito l'attestazione di conformità alla norma UNI 11098:2003 ed è inserito nel sistema di incentivazione manageriale (Management By Objectives) e collettivo (Premio di risultato).

Si riportano di seguito i valori del CSI per segmento relativi a Telecom Italia.

Segmento clientela			
	2015	2014	2013
Consumer	76,84	76,45	75,79
Small Enterprise	67,29	66,89	66,35
Large/Medium Enterprise + Vertical	73,22	72,01	71,67
Totali	74,29	73,66	73,15

La soddisfazione media è misurata su scala 0-100, dove 0 corrisponde a "per niente soddisfatto" e 100 corrisponde a "completamente soddisfatto".

Tra gli altri progetti che l'Azienda realizza per il miglioramento della Customer Experience e per rendere i dipendenti protagonisti di soluzioni innovative ed efficaci, si evidenziano:

- Customer Journey Lab: il progetto mira a far "vivere" l'esperienza del cliente consumer ai colleghi/sperimentatori attraverso la scelta, l'acquisto, l'attivazione e l'utilizzo dei servizi, al fine di individuare il percepito del cliente ed i principali punti di attenzione/forza. Nel corso del 2015 questa metodologia è stata applicata alle offerte convergenti(fisso/mobile - offerta SMART), all'offerta LTE ed ai servizi multimediali (es. TIMSKY, TIMVision, TIMMusic);



- “Chi-ama Telecom”: uno strumento con il quale i dipendenti Telecom Italia possono veicolare le segnalazioni di clienti amici o conoscenti relativamente alle esigenze di telefonia fissa consumer, di tipo sia commerciale sia tecnico. Il progetto rende il dipendente parte attiva come promotore di soluzioni nella gestione dei clienti;
- Progetto “Ascolto operatori del Customer Care”: avviato per raccogliere le istanze ed i problemi dei clienti attraverso l’ascolto degli operatori di Customer Care, valorizzando l’esperienza di chi è a contatto quotidiano con i clienti e ne conosce profondamente le esigenze e le aspettative, come ulteriore contributo per individuare le opportunità di miglioramento della Customer Experience nella fruizione dei servizi del Gruppo.

Nell’ottica di confermare l’impegno sulla qualità dei servizi e la trasparenza nei rapporti con la propria clientela, TIM Brasil ha lanciato nel 2013 - prima azienda in America Latina - il sito web “Portas Abertas”, che mostra i dettagli dei piani di espansione della rete tecnica. Tra l’altro, il sito offre al cliente la possibilità di:

- interagire con la società sulla mappa della copertura della rete tecnica a livello di singola strada;
- ricevere le notifiche riguardanti sia le manutenzioni sia i fallimenti degli obiettivi della rete tecnica;
- fornire un feedback a TIM sulla percezione della qualità della rete.

In relazione alle azioni sviluppate nel 2015 sono inoltre da evidenziare, a titolo di esempio, il lancio di *chat online* (disponibili su ambiente web e sull’applicazione mobile TIM per smartphone), il miglioramento dei vari servizi sui portali automatici e digitali, l’umanizzazione del caring sui canali digitali in generale, la realizzazione di un canale online (chat web) diretto ai clienti con domande su Anatel (Agenzia Nazionale delle Telecomunicazioni brasiliana).

TIM Brasil si relaziona con la propria clientela anche attraverso Twitter e Facebook. “@TIMBrasil” (<https://twitter.com/TIMBrasil>), che a dicembre 2015 conta oltre 720.000 followers, e Facebook (www.facebook.com/timbrasil) con più di 1.428.000 likers. Dal 2012 la società ha inoltre attivato un ulteriore canale “@TIM_AJUDA” (https://twitter.com/TIM_AJUDA), che consente di relazionarsi con la clientela attraverso Twitter. A dicembre 2015 questo canale conta quasi 246.000 followers. Nell’evoluzione dei servizi alla clientela, un altro passo importante è stato costituito dal lancio della nuova applicazione MEU TIM, dedicato ai clienti che necessitano di avere alcune informazioni sempre disponibili sul proprio smartphone, tra le quali i consumi, le ultime fatture, il saldo residuo e le promozioni in corso.

TIM Brasil effettua due tipologie di indagini di soddisfazione della clientela, condotte su base nazionale attraverso interviste:

- l’indagine relativa alla clientela consumer di TIM e dei competitor, condotta due volte l’anno (maggio e novembre) “a freddo”, che misura la percezione generale del cliente sull’Azienda, ad es. le strutture di vendita, i call center, la copertura e la qualità della rete (anche per quanto riguarda le connessioni internet), l’assistenza tecnica, il prezzo dei servizi, le promozioni, la fatturazione;
- l’indagine sui call center, condotta mensilmente “a caldo” con il coinvolgimento dei clienti TIM (consumer e business) che hanno chiamato il call center negli ultimi 15 giorni.

	2015	2014	2013
Indagine sulla Clientela Consumer (*)	7,29	7,54	7,92
Indagine sui Call Center della Telefonia Mobile Consumer(**)	7,25	7,30	7,47
Indagine sui Call Center della Telefonia Mobile Business(***)	7,24	7,16	7,15

(*) Indice medio, su scala da 0 a 10.

(**) Indice di soddisfazione media della clientela mobile consumer, su scala da 0 a 10.

(***) Indice di soddisfazione media della clientela mobile business, su scala da 0 a 10.

Dal 2012 Telecom Italia realizza, nel pieno rispetto della privacy, il monitoraggio delle “conversazioni” nel web riguardanti i temi di qualità del settore TLC relativi ai mercati fisso e mobile e ai segmenti consumer e business. L’osservazione si avvale di uno strumento di ricerca e analisi semantica degli argomenti maggiormente discussi in rete e di analisi del “tono” (web sentiment) delle conversazioni su Telecom Italia e i competitor. L’obiettivo è conoscere tempestivamente le percezioni dei clienti sulle offerte e servizi, ottenendo approfondimenti su temi a supporto del business.



L'UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK NEL CUSTOMER CARE.

Negli ultimi anni la Customer Relationship Management di Telecom Italia si è orientata sempre più verso il presidio delle nuove piazze digitali, individuando nel monitoraggio e nella gestione dei contatti di caring pervenuti sui Social Network (Twitter e Facebook), il futuro dell'assistenza, della cura e fidelizzazione della propria clientela.

Nel 2010 Telecom Italia ha avviato il progetto Caring on Social Media per cogliere le opportunità fornite dai nuovi canali di comunicazione del web. Tra l'altro, è partita la re-ingegnerizzazione del Social Caring, che ha portato alla rivisitazione dei processi, emanazione delle procedure, sviluppo di sistemi per la gestione, ampliamento degli orari di presidio e realizzazione degli investimenti nella formazione degli agent dedicati al social caring. Grazie alla costante formazione, gli agent conoscono il canale che si sta utilizzando e sono rapidi sia nel prendere in carico la segnalazione sia nella comprensione e soluzione delle problematiche lamentate dal cliente, rispondendo con un tone of voice cortese ma non molto formale. Il Caring on Social Media di Telecom Italia vuole costruire un rapporto nuovo con il cliente digitale di telefonia mobile e fissa e rafforzare la sua fiducia.

Nel 2015 Telecom Italia, attraverso il social caring, ha offerto anche una visione unica di azienda, generando un sentiment positivo verso il brand e l'ampliamento della customer base; tra l'altro, ad agosto ha avviato l'integrazione delle pagine Facebook Telecom e TIM nell'unica pagina TIM official che vanta 2 milioni fans, con estensione dell'orario di presidio dei canali social.

Telecom Italia/TIM, da sempre impegnata nello sviluppo delle tecnologie per migliorare i processi e i flussi dell'assistenza alla clientela, ha ottenuto alcuni riconoscimenti nel 2015, quali:

- il premio Italia CMMC Social CRM 2015 per la gestione con capacità e velocità di risposta di volumi particolarmente elevati;
- il primo posto nella classifica delle società di telecomunicazione italiane per il servizio di "assistenza clienti" su Facebook e il nono posto a livello mondiale tra tutti i brand (società di telecomunicazione e non nella classifica Socially Devoted, realizzata dalla società di ricerca Socialbaker nel secondo trimestre 2015. Essere socially devoted vuol dire rispondere con tempismo alle tante interazioni che si registrano sui canali social e che ormai rappresentano un volume significativo. In particolare, nel corso del quarto trimestre 2015, TIM ha gestito le interazioni su Facebook e Twitter con un tasso di risposta - rispettivamente - dell'87% e del 71% (fonte Blogmeter).

LA DIGITAL IDENTITY NEI SOCIAL MEDIA

La presenza di Telecom Italia/TIM nei social media considera i mutamenti sociali che si osservano nelle nuove modalità di comunicazione sia tra le persone sia tra queste e le aziende. In tale contesto l'Azienda adotta, in maniera sistematica e continuativa, specifiche strategie di comunicazione utili a costruire e a comunicare la propria identità sulla rete. A tal proposito è stato sviluppato un modello di comunicazione digitale che prende spunto dalle evidenze emerse nel processo di insight discovery, alla base di un piano di comunicazione data-driven. In questo modo sono selezionati i canali più efficaci sulla base del target di riferimento e della tematica trattata, i momenti della giornata più opportuni per comunicare e le linee guida visual da utilizzare. Inoltre la definizione del contenuto da comunicare non si esaurisce in fase di costruzione della content strategy; si tratta di un lavoro in continua evoluzione che prevede il monitoraggio delle conversazioni e la loro misurazione in real time, secondo i KPI definiti in fase strategica.

L'importanza di una strategia data-driven è confermata anche dalle attività di web monitoring realizzate in Azienda. In particolare i temi afferenti le telecomunicazioni e le relative conversazioni instaurate tra gli utenti sono oggetto di specifiche attività di analisi volte a rilevare il tono delle conversazioni (web sentiment) e monitorare il vissuto esperienziale dei clienti in merito alle offerte ed ai servizi di Telecom Italia/TIM e dei competitor, così da fornire input e insight alle linee di business. Tutto ciò ha permesso all'Azienda di consolidare la propria leadership nelle varie community che si sono create nei diversi social network (facebook, twitter, google+, instagram, youtube) intorno ai suoi principali brand: TIM, TIM Impresa Semplice, TIMvision, TIMmusic, Working Capital, Seria A TIM, Nuvola Italiana, con più di 7 milioni tra likers e followers.

Per informazioni sugli strumenti social a disposizione degli operatori dei call center (TUO) si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com



Customer Satisfaction nei sistemi d'incentivazione

Nell'ambito dei sistemi d'incentivazione manageriale di Telecom Italia è diffusa la presenza di obiettivi legati alla soddisfazione e customer experience del cliente, in coerenza con il piano industriale di periodo. Gli obiettivi sono misurati per mezzo degli indicatori di customer satisfaction, monitorati attraverso rilevazioni periodiche. Per il 2015 il sistema di incentivazione manageriale prevede un obiettivo basato sul CSI, strutturato su due distinti cluster di segmenti di clientela, individuati sulla base del posizionamento rispetto ai competitor. Scopo di tale segmentazione è quello di perseguire obiettivi di miglioramento differenziati in base al segmento.

Nei sistemi di incentivazione collettiva del personale di Telecom Italia, sono previsti obiettivi specifici legati a parametri di qualità, coerenti con i criteri stabiliti per gli indicatori di customer satisfaction aziendale.

Infine, sono previsti obiettivi specifici legati alla customer satisfaction nel sistema d'incentivazione collettiva – denominato CANVASS – che coinvolge parte del personale delle funzioni Customer Care e Open Access.

Procedure di conciliazione

La procedura di conciliazione fra Telecom Italia e le Associazioni dei Consumatori firmatarie dell'accordo quadro per la risoluzione extragiudiziale delle controversie telefoniche, è stato il primo esempio di conciliazione paritetica in Italia. Il modello, introdotto in via sperimentale nel 1991 dall'allora SIP, è diventato operativo su tutto il territorio nazionale nel 1993 e nel 1995 l'Unione Europea l'ha riconosciuto come "Progetto pilota per l'accesso dei consumatori alla giustizia". Il modello, ancora oggi adottato, è stato nel corso degli anni adeguato alle nuove normative ed esigenze, informatizzato e reso più fruibile, pur mantenendo quei valori basilari che ne avevano fatto uno strumento di eccellenza, contribuendo a migliorare la trasparenza del sistema, il rapporto con la clientela e alcuni processi operativi dell'Azienda stessa. Il modello di conciliazione paritetica, nel corso del 2011, è stato portato all'attenzione dell'Unione Europea e il 25 ottobre dello stesso anno il Parlamento Europeo ha riconosciuto "la Conciliazione paritetica italiana quale esempio di migliore prassi - best practice - basata su un protocollo stipulato e sottoscritto dall'Azienda e dalle Associazioni dei Consumatori, in cui l'Azienda s'impegna in anticipo a ricorrere all'ADR¹ per risolvere le eventuali controversie che possono sorgere nei settori previsti dal protocollo". Ad oggi l'accordo di conciliazione è stato sottoscritto da venti Associazioni dei Consumatori.

Nel 2009 Telecom Italia, in ottemperanza agli impegni volontariamente assunti e approvati dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni nel dicembre 2008, ha avviato la gestione delle domande di conciliazione, presentate dalla clientela anche presso le sedi dei Co.Re.Com.² e delle Camere di Commercio, in un'ottica di "sportello unico", replicando il modello organizzativo applicato con successo per la conciliazione paritetica. In questo modo i clienti che non desiderano rivolgersi alle Associazioni dei Consumatori hanno a disposizione uno strumento alternativo per risolvere la controversia con una procedura snella ed extragiudiziale.

La gestione delle conciliazioni si basa sull'attenzione alle esigenze del cliente e consente, indipendentemente dalla procedura scelta, di migliorare la sua relazione con l'Azienda.

Ad oggi il modello "sportello unico" ha consentito sia il pieno adempimento degli impegni assunti con l'AGCOM sia il raggiungimento dei risultati qualitativi e numerici attesi; tra l'altro, si assiste ad un peso sempre maggiore del canale Co.Re. Com rispetto agli altri canali (oramai, il ricorso alle Camere di Commercio ha un livello residuale, in quanto rappresenta meno del 5% delle conciliazioni).

Nel 2015 l'istituto della conciliazione ha confermato il trend positivo degli anni precedenti; infatti, è stato conciliato:

- circa il 96% delle domande di conciliazione paritetica discusse (9.268 su 9.668), percentuale stabile anno su anno nonostante il deciso aumento delle pratiche discusse registrato nel 2015 rispetto al 2014 (9.668 rispetto a 6.642, pari al +45%);
- circa l'83% delle domande discusse presso i Co.Re.Com. e le Camere di Commercio (20.294 su 24.429). Tale percentuale si è mantenuta su ottimi livelli pur scontando, anche nel 2015, un aumento delle pratiche discusse rispetto al 2014 (24.429 rispetto a 18.540, pari al +32%).

¹ Alternative Dispute Resolution.

² Comitati Regionali per le Comunicazioni.



A supporto dell'attività di conciliazione Telecom Italia ha promosso:

- seminari e iniziative di formazione condivisa che vedono il coinvolgimento del personale dedicato di Telecom Italia, dell'AGCOM, dei Co.Re.Com e delle Associazioni dei Consumatori;
- dibattiti, convegni, interviste e altre iniziative di divulgazione con la partecipazione del Vertice aziendale per la diffusione di un corretto approccio culturale al tema.

La conciliazione si sta diffondendo sempre di più tra la clientela, anche per la:

- ampia presenza territoriale dei Co.Re.Com, che, in molte regioni, stanno aprendo sportelli a livello provinciale al fine di avvicinare lo strumento della conciliazione alla popolazione (eliminando i costi di "spostamento" verso i capoluoghi di regione);
- migliore conoscenza della procedura, considerata rapida, veloce ed economica per la risoluzione delle controversie;
- crisi economica che spinge a ricorrere alla conciliazione anche per piccoli importi (ad es., possibili disservizi di migrazione da un gestore all'altro).

In Brasile, TIM ha stretti rapporti con il Dipartimento Nazionale dei Consumatori (SENACON) ed esamina le richieste inviate dalle Associazioni di Difesa e Protezione dei Consumatori (PROCONS).

Nel 2008 TIM ha realizzato il tool Legal BackOffice, il quale gestisce l'intero processo delle richieste dei clienti non soddisfatti dalle soluzioni fornite dalla società che chiedono l'intervento del PROCON e dell'Autorità Giudiziaria. Questo strumento rende più veloci i tempi di risposta alla clientela, riduce i costi operativi e migliora i rapporti tra TIM e i rappresentanti ufficiali dei suddetti Organi; Legal BackOffice esamina completamente le richieste preliminari inviate dai PROCONS (ovvero, prima di diventare reclami motivati). Il Dipartimento Legale della società partecipa alle eventuali udienze di conciliazione dei reclami motivati.

Nel 2015, TIM ha raggiunto ottimi risultati nel risolvere i reclami inviati dai PROCONS: CIP (Lettera di Indagini Preliminari) pari al 79,5%; reclami motivati pari al 74,7% (fonte: Rapporto ufficiale SENACON).

Certificazioni

Per le aree aziendali che hanno un impatto rilevante sulla Comunità, attraverso prodotti e servizi offerti, il Gruppo ha ottenuto le certificazioni che assicurano l'adozione di procedure e comportamenti in linea con le aspettative degli stakeholder.

Si riportano le certificazioni conseguite per le principali attività:

- attenzione alla qualità dei prodotti e servizi offerti: norma UNI EN ISO 9001:2008;
- tutela degli aspetti ambientali: norma UNI EN ISO 14001:2004;
- limitare le emissioni di gas ad effetto serra: norma UNI EN ISO 14064-3;
- gestione efficiente dell'energia: norma ISO 50001: 2011;
- tutela del capitale umano da parte delle aziende e dei fornitori: standard SA 8000;
- salute e sicurezza sul lavoro: norma BS OHSAS 18001:2007;
- requisiti generali per la competenza dei laboratori di prova e di taratura: norma ISO/IEC 17025:2005;
- servizi di Information Technology: norma ISO/IEC 20000-1:2011;
- sicurezza delle informazioni: norma ISO 27001:2013;
- processi di produzione del software e delle soluzioni informatiche: certificazioni CMMI-DEV (Capability Maturity Model Integration - Development);
- rispetto dei principi volti a promuovere la fiducia tra i consumatori e le imprese che svolgono attività su internet: WebTrust (Certification Authorities - SSL Baseline Requirements Audit Criteria);
- possesso dei requisiti richiesti dall'AGID (Agenzia per l'Italia Digitale) per ricoprire il ruolo di:
 - ◆ Certificatore Accreditato per la Firma Qualificata, la Carta Nazionale dei Servizi e la Marcatura Temporale;
 - ◆ Gestore Accreditato per la Posta Elettronica Certificata;
 - ◆ Conservatore Accreditato per la conservazione dei documenti informatici.

Informazioni dettagliate sulle certificazioni conseguite dalle diverse funzioni/società del Gruppo sono disponibili nella sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

In Brasile, in quanto richieste dall'ANATEL (Agenzia Nazionale delle Telecomunicazioni), l'Authority brasiliana delle telecomunicazioni, sono state conseguite anche le certificazioni per i Quality KPI research Survey Method relativi all'intero



Paese riguardanti:

- personal mobile service (TIM Celular);
- switched fixed telephone service (TIM Celular e Intelig);
- multimedia communications services (FIBER).

Protezione dei minori

[G4-PR6] Le società del Gruppo hanno posto in essere numerose iniziative per la tutela dei minori da contenuti che possono ledere lo sviluppo psico-fisico (per esempio contenuti violenti, pornografici, razzisti o offensivi dei sentimenti religiosi, ecc.). Tra queste, sono state adottate precise linee guida per la classificazione e la verifica dei contenuti erogati, che riguardano sia quelli offerti direttamente dalle società del Gruppo sia quelli di proprietà di terzi che offrono servizi propri, acquistando spazi all'interno dei portali di Telecom Italia. Tali linee guida sono regolarmente aggiornate, in linea con l'evoluzione normativa e tecnologica.

A tal fine il Gruppo, in conformità alla normativa vigente e ai codici di autoregolamentazione che ha sottoscritto, ha implementato le procedure finalizzate a impedire l'accesso dei minori a contenuti per adulti su tutte le proprie piattaforme di servizio (applicazione su tablet/smartphone, web, IPTV, TIMvision mediante decoder, smart tv, xbox, servizi WAP).

In particolare:

- TIMvision: i contenuti per adulti sono disponibili solo mediante accesso con decoder. Sono contenuti pay per view, fruibili solo previo inserimento di PIN parental control e PIN acquisti. La funzione del parental control è regolata nelle condizioni legali ed è ricordata anche nella comunicazione recapitata al cliente dopo la sottoscrizione del servizio;
- IPTV: l'accesso è consentito solo agli abbonati e l'abbonamento può essere sottoscritto solo da adulti. Il setting di default non prevede la visione di contenuti per adulti e può essere cambiato solo successivamente alla digitazione del PIN fornito al sottoscrittore maggiorenne;
- Servizi WAP: i contenuti sono preventivamente sottoposti a moderazione da parte di Telecom Italia, per la verifica del rispetto delle linee guida di classificazione, ed erogati da una piattaforma centralizzata. Il PIN per accedere ai contenuti per adulti è fornito via SMS su richiesta del cliente, dopo aver controllato la maggiore età dell'intestatario della linea (anche tramite l'inserimento del codice fiscale da parte del cliente).

Per i servizi erogati tramite connessione IP è disponibile il software Total Security, un pacchetto di servizi di sicurezza completo basato su tecnologia ZoneAlarm®, il quale protegge la navigazione in internet da virus, hacker e programmi spia (spyware) che cercano d'installarsi sul computer. In più, con il parental control, assicura che i figli possano navigare solo sui siti adatti a loro e l'antispam offre la protezione dai messaggi di posta indesiderata. Total Security include i seguenti servizi:

- antivirus e antispyware, per rilevare e rimuovere virus e programmi spia;
- parental control, per proteggere i ragazzi da contenuti non adatti a loro;
- firewall per reti e programmi, al fine di bloccare eventuali attacchi da parte di hacker e programmi dannosi;
- protezione avanzata dei download, per analizzare i file che si scaricano - prima che possano infettare il pc - e inviare un avviso nel caso provengano da una fonte pericolosa;
- anti-phishing e stato del sito, per bloccare i siti web non sicuri che con l'inganno inducono a rivelare i dati personali;
- protezione dai messaggi di posta indesiderata (SPAM), per il blocco automatico dei messaggi non graditi sul proprio client di posta (protocolli e-mail: POP 3/IMAP solo in ingresso, SMTP solo in uscita);
- protezione pc wireless, per difendere il pc dai rischi legati ai collegamenti su reti non protette.

La soluzione TIM-Protect è l'opzione esclusiva di TIM per la protezione totale dalle minacce nel WEB:

- parental control: protegge i giovani durante la navigazione in internet, filtra le ricerche WEB, avvisa in caso di comportamenti ritenuti pericolosi;
- antifurto: protegge il device da smarrimento e/o sottrazione, garantendo il controllo remoto con un semplice invio (blocco dispositivo, localizzazione, cancellazione dati, notifica cambio SIM);
- protection and privacy: tutela gli accessi ai siti web di e-commerce, home banking e social media. Assicura la privacy filtrando le chiamate e i messaggi indesiderati;



- antivirus: gestisce il device in modo sicuro senza pregiudicare il funzionamento, proteggendolo durante l'utilizzo da virus malware e da altre minacce.

L'Azienda sta focalizzando, in maniera particolare, l'attenzione sul parental control, con il lancio di offerte dedicate ai più giovani (under 12) con il servizio TIM Protect incluso, senza costi aggiuntivi (TIM Young Junior). Inoltre, TIM sta realizzando delle iniziative di comarketing con alcuni partner operanti nel segmento "kids", particolarmente sensibili alla tematica della protezione dei minori.

Sul versante del contrasto alla pedopornografia on line e agli illeciti informatici, dal punto di vista organizzativo e al proprio interno, Telecom Italia ha individuato il ruolo di "Referente per la Polizia Postale". Tale figura gestisce i rapporti e i flussi informativi con la Polizia Postale (CNCPO – Centro Nazionale per il Contrasto della Pedopornografia Online, CNAIPIC – Centro Nazionale Anticrimine Informatico per la Protezione delle Infrastrutture Critiche, ecc.) e le Autorità competenti e ha il compito di coordinare, all'interno del Gruppo Telecom Italia, il processo di abuse management nel rispetto del quadro legislativo di riferimento. Inoltre il Gruppo Telecom Italia ha adottato il modello organizzativo ex D.Lgs. 231/2001, nel quale sono stati definiti gli strumenti necessari a presidiare e prevenire la commissione di illeciti e, in particolare, la diffusione di materiale pedo-pornografico, nonché la gestione organizzativa/disciplinare degli illeciti informatici. A tal fine Telecom Italia ha messo in campo risorse, tecnologie, processi e strumenti per la prevenzione e il contrasto degli "abuse", ovvero di qualsiasi attività commessa in violazione delle regole comportamentali e legislative che disciplinano l'uso dei servizi di rete, dei sistemi informatici o dei mezzi di comunicazione in genere.

In quest'ottica sono state realizzate le iniziative d'informazione destinate a minori, genitori e insegnanti, sui rischi connessi alle nuove tecnologie e alla navigazione in internet (chat line, instant messaging, forum, community, ecc.). Tra le iniziative che hanno visto il coinvolgimento di alcuni importanti stakeholder pubblici e privati, individuati soprattutto in base alle attività e all'impegno nella salvaguardia dei diritti dell'infanzia (tra cui, la Polizia Postale e delle Comunicazioni, Save the Children, Adiconsum, GSMA, FOSI¹, ecc.), si riportano le seguenti:

- area tematica "abuse" sulla intranet aziendale, che informa e sensibilizza il personale aziendale circa le attività condotte e gli strumenti esistenti per prevenire gli illeciti informatici e tutelare i minori che utilizzano i servizi internet offerti;
- area tematica "Tutela dei Minori" sul portale telecomitalia.it, con l'obiettivo di informare e sensibilizzare l'utente finale e gli altri stakeholder sui corretti comportamenti da adottare durante la navigazione in rete, nonché sui valori e gli obiettivi che Telecom Italia persegue per il contrasto degli abusi informatici e la protezione dei minori;
- modulo di segnalazione, presente nei portali istituzionale e commerciale di Telecom Italia, che i clienti finali di Telecom Italia o gli utenti esterni possono utilizzare per segnalare eventuali illeciti di natura pedopornografica riscontrati durante la navigazione in internet. La compilazione è guidata e la segnalazione può essere fatta anche in forma anonima;
- gestione degli abuse desk: sono i gruppi di gestione operativa degli abusi, differenziati per tipologia di servizio (consumer e business), creati in conformità alle normative nazionali e comunitarie sulla protezione dei minori, la prevenzione della criminalità informatica e la lotta contro lo sfruttamento sessuale (pornografia minorile). Il loro compito è raccogliere le segnalazioni degli utenti/clienti esterni su presunti illeciti informatici o la presenza di materiale pedopornografico sulle reti del Gruppo per poi indirizzarle alla funzione competente - con l'eventuale coinvolgimento delle Autorità interessate - attraverso il Referente per la Polizia Postale;
- booklet "Nati con la Rete", dedicato al pubblico degli adulti-genitori al fine di:
 - ◆ illustrare le regole fondamentali per l'utilizzo sicuro di internet;
 - ◆ diffondere informazioni sui pericoli che possono nascondersi nella rete;
 - ◆ fornire gli strumenti per trasmettere le regole comportamentali ai figli e guidarli nella scelta dei contenuti da consultare;

¹ Family Online Safety Institute



- web filtering: in coerenza con il Decreto attuativo della Legge 38/2006 (Decreto Gentiloni), il quale definisce i requisiti tecnici degli strumenti di filtraggio che i fornitori di connettività alla rete internet devono utilizzare per impedire l'accesso ai siti segnalati dalla Polizia Postale tramite il CNCPO, Telecom Italia ha introdotto un sistema di filtraggio anche per i siti web esteri con contenuti pedopornografici;
- redazione delle “Linee Guida per il contrasto della pedopornografia online” al fine di rendere il più possibile oggettiva e omogenea l'individuazione dei casi di pedopornografia da segnalare alla Polizia Postale. L'obiettivo è quello di minimizzare i potenziali problemi d'incertezza interpretativa dei soggetti coinvolti (i moderatori di chat e/o servizi di community, gli sviluppatori, gli operatori di abuse desk, ecc.) e agevolare l'adempimento degli obblighi normativi vigenti. Le linee guida si allineano anche a quanto predisposto e attivato dal CNCPO e dalle maggiori organizzazioni esterne presenti su questi temi (Save The Children, Telefono Arcobaleno, ecc.);
- partecipazione al gruppo di lavoro “GSMA – Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content”, in ambito GSM Association, per le iniziative tecnologiche, di policy e di comunicazione rivolte alla tutela dei minori nel settore della telefonia mobile. Tra l'altro, l'iniziativa si occupa di awareness raising, lotta contro i contenuti illegali e classificazione dei contenuti, ed un'importante parte del programma è dedicata ai Safer Internet Center, presenti in oltre 30 Paesi, per fornire sostegno e informazioni a bambini, genitori e insegnanti. Nell'ambito delle attività poste in essere dall'Alleanza c'è l'accordo sottoscritto con Child Helpline International, volto a proteggere i minori e a salvaguardare il loro diritto ad essere ascoltati. Telecom Italia ha aderito all'iniziativa, impegnandosi a sostenere le child helplines a livello nazionale;
- partecipazione all'iniziativa europea ICT Coalition for Children Online, lanciata nel 2012. Telecom Italia è membro attivo e partecipa alle attività della coalizione che promuove un uso sicuro e responsabile di internet. Telecom Italia ha sottoscritto i principi adottati dalla Coalizione, partecipa ai forum semestrali (in questo contesto Telecom Italia ha anche presentato l'iniziativa EducaTI) e agli incontri organizzati dalla Coalizione con gli stakeholder di rilievo (ad es. ONG) e la Commissione Europea ed il Parlamento Europeo. Ad aprile 2014 è stato pubblicato il primo rapporto sull'implementazione dei principi da parte delle aziende, redatto da un soggetto indipendente. Contestualmente Telecom Italia ha confermato l'implementazione dello European Framework for Safer Mobile Use, sottoscritto nel 2007. Nel 2015 è stato commissionato uno studio ad un consulente indipendente, focalizzato sul trend di utilizzo dei servizi ICT da parte dei minori e dei giovani, il cui risultato è stato presentato nel Febbraio 2016;
- partecipazione alle iniziative della Commissione Europea nell'ambito della strategia Better Internet for Kids (“BIK”), per la definizione e l'implementazione dei principi e delle tecnologie necessarie a rendere internet un luogo sicuro per i minori (Telecom Italia ha partecipato all'iniziativa “CEO Coalition” organizzata dalla Commissione Europea, attualmente in fase di stand-by). Inoltre, Telecom Italia ha preso parte all'edizione 2015 del Safer Internet Forum - una conferenza internazionale organizzata ogni anno dalla Commissione europea nell'ambito della BIK - dedicata al tema “Breaking down barriers for a better Internet”;
- cooperazione nell'ambito del progetto Italian Child Abduction Alert System (ICAAS) per la realizzazione di un portale web di “allerta rapido” in caso di scomparsa di minori. In tale ambito, nel 2011 Telecom Italia ha sottoscritto la convenzione “Allarme Scomparsa Minore” con il Ministero dell'Interno, Dipartimento della Pubblica Sicurezza;
- partecipazione al FOSI. Nel settembre 2015 Telecom Italia ha concorso alla organizzazione della conferenza ‘Global Trends in Online Safety: Creating a National Framework’, occasione per condividere le esperienze internazionali in materia di sicurezza di internet con alcuni importanti stakeholder internazionali, inclusa la Commissione Europea;
- nell'ambito dell'International Telecommunication Union (ITU), Telecom Italia è membro del Consiglio COP (Child Online Protection) in materia di protezione dei minori.

Il Gruppo ha inoltre attivato opportuni sistemi di filtraggio e prevenzione degli abusi anche per i servizi erogati in Brasile. In particolare, i servizi WAP con contenuti “sexy” richiedono l'autenticazione dell'utente, mentre l'erogazione di video “adult” su piattaforma IP, disponibile solo in modalità on demand, prevede l'inserimento di un PIN. Tutti i contenuti sono controllati e classificati dai fornitori e, successivamente, da TIM Brasil, la quale limita il portafoglio degli stessi fino al livello 3.2 della classificazione internazionale.



I clienti che desiderano comprare i contenuti per adulti, devono accedere al relativo portale, cliccare su “ADULTO”, dichiarare di essere maggiorenni e inserire una password (parental control).

TIM Brasil ha firmato un accordo con Safernet al fine di prevenire gli abusi sessuali e la pedofilia su internet; l'accordo include la cooperazione e la centralizzazione sia delle eventuali segnalazioni riguardanti abusi di carattere sessuale sia lo sviluppo di una campagna di sensibilizzazione della popolazione sull'utilizzo adeguato e sicuro di internet.

Responsabilità di prodotto

Telecom Italia è principalmente un operatore di servizi di telecomunicazioni che non costituiscono una minaccia per la salute fisica degli utilizzatori¹ e non produce gli apparati di telecomunicazioni che commercializza².

Per verificare che i prodotti immessi sul mercato siano conformi alle norme per la salute e la sicurezza, l'Azienda si è dotata di:

- apposite strutture interne che effettuano i controlli sulla qualità entrante anche dei prodotti che commercializza (telefoni, modem, ecc.) sia in Italia sia nei centri di produzione dei fornitori all'estero;
- laboratori che effettuano test sui prodotti commercializzati dal Gruppo, in particolare sulle emissioni elettromagnetiche dei dispositivi mobili.

In tal modo, le eventuali non conformità dei prodotti sono rilevate prima dell'immissione sul mercato, in modo da escludere la possibilità che arrivino al cliente finale prodotti non rispondenti ai requisiti essenziali delle Direttive Europee.

I servizi resi alla clientela sono soggetti ai requisiti indicati nelle Carte dei Servizi e nelle Condizioni di Abbonamento, disponibili sul sito telecomitalia.com.

[G4-DMA Customer Health and Safety] [G4-PR1] Telecom Italia esegue, nei suoi laboratori, le attività di validazione per il soddisfacimento dei requisiti essenziali previsti dalle Direttive vigenti per il rilascio della marcatura CE; la conformità di tali requisiti è attestata all'origine dal costruttore. Per i prodotti commercializzati in Italia il quadro di riferimento è costituito dall'insieme delle norme che supportano la Direttiva 1999/5/CE, strutturate per macrofamiglia di prodotto³.

Sulla protezione e la sicurezza nell'uso delle apparecchiature da parte dei clienti, il Gruppo esegue i controlli su:

- i livelli di emissioni elettromagnetiche (SAR) di smartphone/tablet/modem tecnologicamente innovativi, osservando le Norme IEC 62209-1/2;
- le prescrizioni tecniche atte a ridurre il rischio da scossa elettrica, sovratemperatura, incendio, pericoli meccanici, attraverso l'applicazione delle norme EN 60950-1 e EN 60065.

Inoltre, sono verificati:

- gli aspetti di efficienza energetica, richiesti dalla Direttiva EuP (Energy-using Products): gli apparati immessi sul mercato sono verificati in relazione ai limiti di consumo di potenza in stand-by/off-mode e rendimento dei Regolamenti europei n. 1275/2008/EC, 801/2013/EC e 278/2009/EC, per gli apparati e i relativi alimentatori esterni (presenti come dotazione accessoria);
- la funzionalità nelle diverse condizioni ambientali d'installazione e utilizzo di terminali e componenti accessori per il collegamento alla rete fissa: è controllato il rispetto dei campi di temperatura e umidità previsti dalle norme ETSI (European Telecommunications Standards Institute) per la specifica “condizione di servizio”, da cui derivano differenti “severità”. Le verifiche sono condotte sulla base delle norme IEC-EN serie 60068-2-1 (freddo), 2 (caldo secco), 14 (cambi di temperatura), 30 (cambi di umidità), 78 (umidità continuativa). Per i prodotti di maggior diffusione, con parti esterne in materiale plastico (ad es. AG), è controllata la “resistenza alla fiamma” nell'eventualità di malfunzionamenti delle parti elettriche interne;

¹ Le minacce di tipo psicologico o di sicurezza e privacy sono trattate nei paragrafi *Protezione Minori, E-security, Privacy*.

² In Olivetti, la società del Gruppo che opera nel settore dell'informatica, sono presenti impianti di produzione di hardware. Nel contesto del Gruppo si tratta di attività non materiali in quanto l'intero fatturato di Olivetti ammonta allo 0,97% del Gruppo.

³ Per i “terminali Corded” possono essere applicate le Norme EN 60950, EN 55022 e EN 55024; per i “terminali Cordless” le Norme EN 60950, EN 50371, EN 62311, ITU-T P360, EN 301489 e EN 301406; per i “terminali Mobili (smartphone, datacard etc.)” le Norme EN 60950, EN 62209, EN 302291, EN 301908, EN301893, EN 301511, EN 300440, EN 300328 e EN 301489.



- gli aspetti di compatibilità elettromagnetica, regolamentati dalla Direttiva 2004/108/EU (in futuro 2014/30/EU): su ogni apparecchiatura elettronica è previsto il controllo delle emissioni di segnali elettromagnetici non intenzionali - al fine di evitare le interferenze dannose alle radiocomunicazioni - ed il soddisfacimento di determinati requisiti di immunità ai disturbi elettromagnetici. In Telecom Italia sono eseguite continue verifiche sui terminali e gli apparati di rete, per determinare la rispondenza ai requisiti fissati dalle norme internazionali ETSI, CENELEC (European Committee for Electrotechnical Standardization) in tema di compatibilità elettromagnetica. In particolare, è verificata la rispondenza degli apparati ai limiti fissati dalle norme per circoscrivere le emissioni di disturbi elettromagnetici che, oltre ad inquinare l'ambiente circostante, possono interferire con le radiocomunicazioni.

Gli apparati di telecomunicazione venduti in Brasile devono, per legge, essere approvati dall'agenzia regolatoria ANATEL che ne verifica, nei propri laboratori, la conformità alla normativa brasiliana sulla sicurezza elettrica ed elettromagnetica. Per ogni tipologia di apparato esiste, inoltre, una normativa ad hoc che deve essere soddisfatta. TIM Brasil richiede ai suoi fornitori che gli apparati abbiano la certificazione di omologazione di ANATEL.

[G4-PR2] Negli ultimi tre anni, per nessun prodotto che ha raggiunto la fase finale di commercializzazione, sono state riscontrate non conformità relative alla normativa europea sulla salute e la sicurezza per il cliente, tanto in Italia quanto in Brasile.

[G4-PR3] In fase di stesura di contratto, per tutti i prodotti di telefonia fissa, Telecom Italia richiede che le confezioni contengano una dichiarazione ambientale, una dichiarazione sulla provenienza del tantalio eventualmente utilizzato nella componentistica, un manuale d'uso che abbia informazioni sulla sicurezza, l'eventuale presenza di materiali pericolosi e l'indicazione delle modalità di smaltimento. Per quel che riguarda l'etichettatura degli apparati di telefonia mobile, essendo prodotti di largo consumo che Telecom Italia si limita a rivendere e per cui non è richiesto alcun tipo di personalizzazione, L'Azienda in Italia si limita a richiedere l'aderenza alla normativa nazionale.

In Brasile, oltre alla conformità alla normativa nazionale, si richiede che l'etichetta presenti informazioni sul corretto modo di utilizzo dei dispositivi.

Per una particolare linea di prodotti, TIM eco-friendly, discussa in dettaglio nel capitolo *Tutela dell'ambiente*, sono inoltre indicati tutti i parametri rilevanti dal punto di vista ambientale (ad esempio, i consumi energetici).

[G4-PR4] Negli ultimi tre anni per nessun prodotto che ha raggiunto la fase finale di commercializzazione sono state riscontrate non conformità concernenti l'informativa e l'etichettatura dei prodotti.

Si sono invece verificati alcuni casi di non conformità alla regolamentazione concernente l'informativa dei servizi. In particolare, in Brasile, nel 2015 si è verificato un incidente per un totale sanzionatorio di 2.897.416 reais, nel 2014 si sono verificati 3 incidenti per un totale sanzionatorio di 1.533.820 reais e nel 2013 si sono verificati 2 incidenti per un totale sanzionatorio di 9.474 reais¹.

In Italia i procedimenti sanzionatori dell'Autorità regolatoria, riguardanti episodi di non conformità alla regolamentazione sull'informativa dei servizi, rientrano tra le "ingiunzioni per violazione della normativa regolamentare in materia di tutela del consumatore concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi di TLC"; pertanto, per l'Italia, le non conformità sull'informativa sui servizi sono state accorpate con le non conformità concernenti la fornitura e l'uso dei servizi (tabella seguente)².

¹ Nel 2015, 2014 e 2013 in Brasile non ci sono stati altri incidenti di questi tipo, oltre ai casi riportati, che hanno condotto tutti a sanzioni pecuniarie.

² Per l'anno in corso non è stato possibile avere un quadro completo delle non conformità che, in Italia sono sfociate in "avvisi" in virtù del fatto che il concetto di "avviso" è molto sfumato. In futuro sarà fatta una riflessione approfondita per verificare se e come valutare le diverse tipologie di "avviso" che arrivano dall'Autorità regolamentare. Inoltre, allo stato attuale, non c'è un sistema di ricezione delle segnalazioni relative alle violazioni di codici di auto-regolamentazione concernenti i consumatori diverso dai meccanismi di segnalazione riportati nel capitolo *Governance della sostenibilità*.

**[G4-PR9] Numero e valore monetario complessivo delle multe per non conformità a leggi e regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi in Italia¹.**

Descrizione	2015	2014	2013
Numero multe per non conformità concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi	4	7	10
Valore monetario complessivo di tali multe (in euro)	2.833.000	1.102.000	727.619

[G4-PR9] Numero e valore monetario complessivo delle multe per non conformità a leggi e regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi in Brasile².

Descrizione	2015	2014	2013
Numero multe per non conformità concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi	3	5	12
Valore monetario complessivo di tali multe (in R\$)	13.592.963	13.214.257	11.268.560

[G4-PR7] Numero complessivo di casi di non conformità alle normative e ai codici volontari riguardanti le comunicazioni di marketing in Italia.

Tipo non conformità	2015	2014	2013
Numero di casi di non conformità alla normativa concretizzati in multa o sanzione	0	0	1
Numero di casi di non conformità alla normativa concretizzati in un avviso	0	0	0
Numero di casi di non conformità a codici volontari	0	2	4

In Brasile le uniche notifiche relative a comunicazioni pubblicitarie e di marketing sono state emanate dal CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), ente non governativo di autoregolamentazione della pubblicità che non applica sanzioni pecuniarie, che valuta le non conformità relative al Codice di Autoregolamentazione sulla pubblicità. L'Anatel può sanzionare con multe o avvisi nei casi di "comunicazioni generali di marketing" non conformi.

Nel 2015 TIM Brasil ha ricevuto 5 notifiche di non conformità: 4 proposte dai concorrenti ed una dal CONAR. Delle 5 notifiche, 1 non ha comportato sanzioni, per 2 è stata disposta la modifica della pubblicità, le ultime 2 erano ancora in esame a fine dicembre 2015³; CONAR, nel 2014, non ha segnalato alcun tipo di non conformità, mentre nel 2013 ne ha segnalati 5 per i quali si è proceduto a una modifica o sospensione della pubblicità. Inoltre, in relazione ai casi di non conformità alla normativa concretizzati in un avviso, il CONAR ha emesso 1 segnalazione nel 2013, per la quale non è stato richiesto alcun intervento.

¹ Le casistiche includono la fornitura di servizi Premium, "Losai" e "Chiamaora" non richiesti e il teleselling.

² Sono riportati solo i provvedimenti chiusi. Le casistiche includono la fornitura di servizi non richiesti, il non rispetto dei target di qualità prefissati, interruzioni del servizio non previste, copertura in modalità e tempistiche diverse da quelle stabilite con l'Autorità, irregolarità nel servizio o nella fatturazione.

³ Il 23 dicembre 2015, per una delle due notifiche, è stato emesso un provvedimento preliminare di sospensione della pubblicità.



Tutela della privacy e protezione dei dati personali

[G4-DMA Customer Privacy], [G4-PR8] Per assicurare la protezione dei dati personali nello svolgimento delle attività d'impresa, Telecom Italia si è dotata dal 2003 di un modello organizzativo articolato, nel quale si colloca la funzione Privacy che presidia, a livello di Gruppo, la corretta applicazione della normativa di settore (D.Lgs. 196/03, c.d. "Codice Privacy"). In questo contesto, in occasione della costituzione o dell'acquisizione di nuove società, la Capogruppo assicura anche il supporto necessario per individuare e realizzare gli adempimenti necessari.

Il recepimento delle disposizioni di legge e delle indicazioni del Garante per la protezione dei dati personali è assicurato tramite il costante aggiornamento delle normative e policy di Gruppo. Tra queste è particolarmente significativo il "Sistema delle regole per l'applicazione della normativa privacy nel Gruppo Telecom Italia" che definisce le disposizioni e le indicazioni operative per ogni adempimento di interesse e che nel corso del 2015 è stato completamente rivisto ed aggiornato, in funzione della evoluzione normativa e della introduzione di nuovi servizi per la clientela.

Nel 2015 il quadro delle disposizioni aziendali relative al trattamento dei dati personali è stato anche arricchito dall'emissione di una policy sui requisiti di compliance per il trattamento di dati anonimizzati o pseudonimizzati, nell'ambito di analisi di tipo big data. Tale policy considera anche i pareri in materia emessi dal Gruppo dei Garanti privacy europei (c.d. Article 29 Working Party), nonché delle indicazioni fornite dal Garante italiano, nell'ambito dell'esame e dell'approvazione delle modalità previste da Telecom Italia per tutelare i dati personali dei propri clienti in un progetto di analisi della mobilità della popolazione sul territorio, previsto per rispondere alle esigenze di informazioni espresse da Enti ed Amministrazioni Pubbliche che gestiscono il territorio e le infrastrutture di trasporto.

E' stata altresì aggiornata la policy aziendale che definisce i requisiti di compliance per i sistemi dedicati alla fornitura di servizi ICT (es. storage, disaster recovery, gestione sistemistica, ecc.) per la clientela business.

Anche nel corso del 2015 Telecom Italia ha continuato a porre in essere le azioni necessarie per l'attuazione, nei processi interni, delle disposizioni in materia di eventuali violazioni della sicurezza dei dati personali trattati in relazione ai servizi di comunicazione elettronica (c.d. "data breach").

In particolare, sono stati organizzati 9 incontri formativi, a cui hanno partecipato oltre 220 referenti e responsabili, per diffondere ed illustrare la specifica procedura interna, che descrive le attività da svolgere e le relative responsabilità qualora si verificassero eventi classificabili come "data breach".

La costante attività di formazione, svolta ai fini della diffusione e della corretta applicazione delle normative interne in materia di privacy, nel 2015 si è concretizzata in un aggiornamento specifico per gli addetti alle prestazioni obbligatorie per l'Autorità Giudiziaria e in interventi di approfondimento degli aspetti privacy nell'ambito di un ciclo di seminari per dipendenti sulla tematica big data. Altri interventi formativi hanno interessato la rete di vendita, in merito a tematiche relative alla contattabilità della clientela e le risorse incaricate del recruitment del personale. Inoltre, sono stati realizzati incontri focalizzati sulla gestione dei dati di traffico telefonico e telematico, sia nell'ambito dei periodici seminari di formazione dei conciliatori - a cui partecipano rappresentanti di Telecom Italia e delle Associazioni dei Consumatori - sia negli interventi specifici dedicati alla forza di vendita esterna della Direzione Business e alla compliance commerciale.

L'effettiva applicazione delle normative è monitorata tramite un sistema di controllo, basato su procedure di autovalutazione periodica da parte dei responsabili del trattamento e verifiche a campione svolte dalle competenti funzioni centrali sulla base di procedure e metodologie definite. In considerazione di tali attività è stato predisposto un documento sullo stato di adozione delle misure di sicurezza previste dalla normativa privacy che formalizza le attività svolte per garantire il rispetto delle disposizioni in materia di trattamento dei dati personali, i risultati raggiunti e lo stato dei piani di miglioramento.

Nell'ambito della tutela della privacy in relazione alle nuove tecnologie, Telecom Italia partecipa anche alle iniziative dalla CE per promuovere nella UE lo sviluppo di servizi di cloud computing aderenti ai requisiti previsti dalla normativa comunitaria. In particolare, Telecom Italia è attivamente presente nei gruppi di lavoro internazionali che hanno ricevuto dalla CE il mandato di sviluppare standard per la definizione dei livelli di servizio (cfr. <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/cloud-service-level-agreement-standardisation-guidelines>), modelli contrattuali e un codice di condotta (cfr. <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/cloud-select-industry-group-code-conduct>) di riferimento per i fornitori di tali servizi.



Nella tabella seguente sono riportate:

- le richieste di informazioni rivolte a Telecom Italia, in Italia, da parte del Garante Privacy, anche a seguito di segnalazioni dei clienti;
- la percentuale di tali richieste archiviate da parte del Garante, a fronte dei chiarimenti forniti da Telecom Italia¹.

Descrizione	2015	2014	2013
Richieste pervenute	220	435	368
Percentuale di richieste archiviate	>98%	>98%	>99%

Per quanto riguarda il Brasile, in conformità alla Costituzione Federale, l'art. 3 della Legge generale sulle telecomunicazioni n° 9.472 del 1997 sancisce il diritto del cliente alla riservatezza dei propri dati personali. Il regolamento del servizio mobile personale, agli artt. 89, 90 e 91 della Risoluzione 477 dell'Agenzia Nazionale delle TLC (ANATEL), prescrive la responsabilità delle società in materia e l'eventuale sospensione della riservatezza solo su richiesta dell'Autorità competente nei casi previsti dalla legge.

TIM Brasil, per assicurare la riservatezza delle informazioni della propria clientela in conformità alla normativa nazionale (compresi gli artt. 10 e 11 del "Marco Civil"), ha emanato le relative policy e procedure interne, tra cui una policy specifica per la tutela della privacy, che si basano sui principi della separazione delle funzioni e del "need to know" (limitazione del trattamento dei dati personali al minimo necessario per svolgere il lavoro). Tali policy e procedure richiamano le metodologie di classificazione e gestione delle informazioni per garantire i livelli di protezione adeguata. In Brasile non si sono rilevate violazioni attinenti alla privacy nel corso del 2015 e 2013 ed 1 solo caso nel 2014². E' opportuno segnalare che la differenza tra le legislazioni di Italia e Brasile non permette di effettuare confronti tra dati omogenei.

RICERCA E SVILUPPO E SERVIZI INNOVATIVI

Il settore delle telecomunicazioni ha conosciuto negli ultimi anni una veloce e profonda trasformazione, caratterizzata dal declino dei tradizionali servizi vocali e dalla crescita del broadband fisso e mobile e dei nuovi servizi da esso abilitati, contribuendo così alla rapida digitalizzazione della vita dei consumatori e dei processi delle aziende.

Coerentemente con questo contesto del settore, Telecom Italia ha avviato nel corso degli ultimi anni un proprio percorso di evoluzione per affermarsi come fornitore di servizi e piattaforme e non solo di connettività. Tale percorso prevede due direttrici d'azione parallele:

- da un lato l'accelerazione dello sviluppo delle piattaforme abilitanti, ovvero ultrabroadband fisso e mobile, Data Centers, Big Data, IT;
- dall'altro l'arricchimento della connettività con servizi digitali innovativi verso lo sviluppo di una società digitalizzata e un'industria automatizzata (industry 4.0).

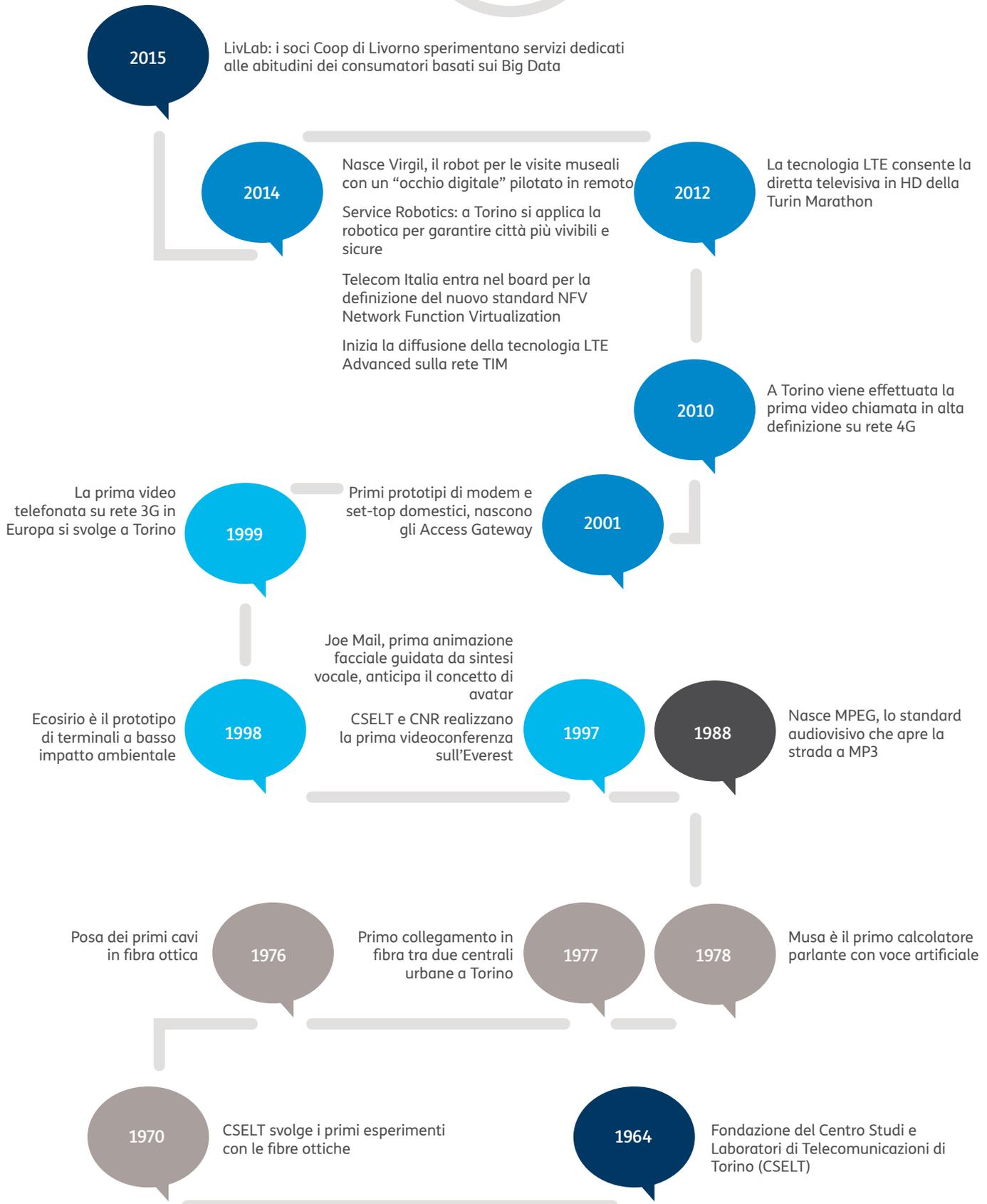
L'innovazione, sia tecnologica che di business, si conferma quindi sempre più come elemento centrale della strategia di Telecom Italia per rispondere al cambiamento del contesto tecnologico, di mercato e competitivo.

Lo sforzo fatto sul piano degli investimenti in infrastrutture di nuova generazione, fisse e mobili, e dei nuovi servizi, è stato accompagnato da un'azione volta al sostegno dell'innovazione a tutto campo. Sul fronte interno Telecom Italia ha rinforzato i laboratori aziendali affiancando alla tradizionale Ricerca e Sviluppo, concentrata sulle infrastrutture, una focalizzazione sull'innovazione digitale orientata anche a supportare l'evoluzione di una domanda che ha caratteristiche sempre più variegate e sofisticate e che trova riscontro nell'attività dell'Innovation Center.

¹ Le altre segnalazioni pervenute in merito a presunte lievi violazioni della privacy sono gestite dal 187 e rispondono, per lo più, a inserimenti indebiti nell'elenco telefonico.

² Il caso del 2014 è riferibile a un'estrazione di dati telefonici senza autorizzazione giudiziaria. La multa comminata è stata di 5.000 reais.

OLTRE 50 ANNI DI INNOVAZIONE





L'innovazione digitale si fonda sul paradigma della open innovation che si realizza affiancando alla generazione di idee e di percorsi di sviluppo interni, la generazione di idee e percorsi di sviluppi esterni all'Azienda. In tale ottica Telecom Italia ha rivisto e rinnovato il rapporto con le università, finanziando 25 borse di studio per dottorati di ricerca di durata triennale nel 2015 per un totale di 165 dal 2011 ad oggi. Sempre sul fronte accademico, sono stati creati i Joint Open Lab, laboratori di ricerca che propongono un nuovo modello di relazione tra industria e università. Questi laboratori nascono da accordi su specifici campi di interesse scientifico e tecnologico e vivono all'interno dei poli universitari (Trento, Torino, Milano, Pisa, Catania). Queste partnership pubblico-privato hanno permesso a Telecom Italia di ottenere, in questi tre anni, 5 milioni di euro di fondi Europei per la ricerca, oltre ai 2 milioni di euro ricevuti dalle università con cui collabora.

In aggiunta alla open innovation, l'innovazione digitale poggia su un altro importante pilastro: la co-innovation, un modello di sviluppo che prevede la piena valorizzazione dell'ecosistema di stakeholder e partner strategici dell'Azienda come portatori di innovazione sul mercato. Tramite l'applicazione di modelli "2 sided" Telecom Italia crea un framework comune di interazione (es. piattaforma) da cui due gruppi di utenti distinti possono trarre un mutuo beneficio e creare così ulteriore valore.

TIM #Wcap è l'acceleratore d'impresa del gruppo Telecom Italia che ogni anno seleziona, finanzia e accelera startup digital. Dal 2009 al 2015, sono state ricevute ed esaminate più di 8.000 idee di business e sono stati selezionati e supportati circa 260 progetti. Inoltre, 11 startup TIM #Wcap sono state oggetto d'investimento da parte di TIM Ventures. Negli ultimi due anni le startup TIM #Wcap hanno avviato 25 attività di go-to-market all'interno di TIM, grazie alle quali hanno generato fatturato. Con tre di esse TIM ha anche creato un'offerta commerciale. Il tasso di sopravvivenza delle startup TIM #Wcap è superiore al 90% e in due anni grazie a TIM #Wcap sono stati creati 215 posti di lavoro. TIM #WCAP è un incubatore certificato dal Ministero per lo Sviluppo Economico.

A partire da TIM #Wcap Telecom Italia ha debuttato nel seed investment lanciando TIM Ventures, la società del Gruppo nata con l'obiettivo di investire in opzioni o nel capitale sociale delle startup più innovative dei settori Digital, Internet, Mobile e Green ICT. In un solo anno di attività, TIM Ventures ha investito in 12 startup ed è citata tra i più attivi investitori VC Europei nel 2015¹.

Telecom Italia impiega in Italia circa 1.300 risorse in attività di engineering ed innovazione tecnologica e di servizio. Gli investimenti in innovazione e trasformazione sono pari a 1,7 miliardi di euro che equivalgono al 44% del totale investimenti sul mercato domestico.

Gli stakeholder rilevanti per la ricerca e sviluppo sono:

- le aree aziendali coinvolte sui temi (per es. Marketing e Acquisti);
- i fornitori, per lo sviluppo congiunto di soluzioni in linea con i requisiti tecnici del Gruppo Telecom Italia;
- i partner, sia tradizionali (es. i car makers) che digital (es. eCommerce players), per il Go2market congiunto dei digital services;
- i centri di ricerca e le università, per collaborazioni e progetti congiunti. Nel 2015 sono state attivate 38 nuove collaborazioni con università italiane su temi di ricerca riguardanti nuove tecnologie, algoritmi di codifica, nuovi servizi e paradigmi di comunicazione;
- gli enti di standardizzazione e i gruppi di discussione (tra cui NGMN, OpenIPTV Forum, OMA, 3GPP, ETSI, TM Forum, W3C, ITU-T) a cui Telecom Italia partecipa attivamente;
- i Ministeri (Ministero dello Sviluppo Economico e Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca), l'Unione Europea e gli Enti Pubblici (per es. CNR e Amministrazioni locali) per la realizzazione di progetti finanziati, tramite la partecipazione ai bandi di gara, e di iniziative in partnership;
- le organizzazioni non governative, le associazioni, le alleanze e i forum di settore (ad esempio GSMA, m-health) che riuniscono tutti gli attori della catena del valore dello specifico mercato;
- gli organismi internazionali di ricerca e sviluppo (per es. EURESCOM e Joint Technology Initiative).

¹ Fonte: Venture Pulse Q2'15 – KPMG and CB Insights



I temi rilevanti

L'identificazione dei temi sui quali sviluppare i progetti avviene sulla base del piano tecnologico triennale, il documento di riferimento per il Gruppo che fornisce le linee guida per l'evoluzione di Rete, piattaforme e servizi. Il piano, che viene pubblicato annualmente a valle di un ampio processo di coinvolgimento delle strutture aziendali interessate, individua i principali fattori esogeni (regolamentazione, standard, fornitori, altri operatori di mercato) che possono influenzare le strategie aziendali ed evidenzia le tecnologie emergenti e trasversali ad altri settori di interesse per il Gruppo.

In queste linee guida si inserisce il progetto Brevetti¹, che rappresenta per Telecom Italia un'attività continuativa che si articola in numerosi processi, che coinvolgono diverse funzioni aziendali, volti a promuovere, sostenere e valorizzare l'attività di brevettazione in Azienda e, grazie alla collaborazione con le università, più in generale in Italia.

Applicando le metriche del modello di CSV il contributo generato² in Italia grazie ai brevetti ha portato Telecom Italia ad avere un portafoglio di oltre 3.143 brevetti (di cui 667 depositati), arricchito da 33 nuovi depositi nel 2015. Sono stati erogati premi per 142.000 euro ai 115 dipendenti innovatori che hanno sviluppato brevetti. Le aree di brevettazione riguardano l'intero comparto ICT (qualità delle reti, tecnologie abilitanti, multimedialità, data analytics, service concepts), con punte di eccellenza nel comparto mobile che collocano l'Azienda al 6° posto nel mondo e 2° in Europa³.

Grazie alle collaborazioni in essere con le università italiane, l'attività di brevettazione da parte del Gruppo aiuta il tasso di innovazione del nostro Paese, contribuendo a "far brevettare" di più gli atenei stessi e rendere maggiormente tangibile i risultati della ricerca del mondo universitario.

In questo nuovo contesto i Joint Open Lab (JOL)⁴ ricoprono un ruolo chiave. Con il modello di "company on campus" incoraggiano una naturale osmosi tra mondo accademico ed industriale. Telecom Italia ha avviato all'interno della funzione di Innovation & Industry Relations questo innovativo modello di cooperazione, promuovendo la realizzazione di diversi JOL distribuiti sul territorio nazionale e localizzati all'interno di varie università italiane.

Applicando le metriche del modello di CSV, l'impatto generato in Italia dal Gruppo grazie ai JOL, ha visto coinvolti nel 2015 circa 150 giovani, 5 atenei, 8 laboratori di ricerca applicata e di innovazione creati da Telecom Italia presso le principali università italiane. I dettagli sui risultati negli ultimi 3 anni sono disponibili nella scheda CSV JOL.

In un mondo in cui la tecnologia agevola i contatti con le persone, Telecom Italia, attraverso la diffusione della banda larga e dei servizi da questa abilitati, contribuisce al superamento delle barriere socio-culturali che limitano la possibilità di partecipazione alla società dell'informazione e godimento dei benefici. Alcuni esempi di servizi innovativi, finalizzati a promuovere la digitalizzazione di importanti settori di attività, sono riportati nel paragrafo seguente.

¹ Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV *Brevetti*.

² Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV *Digitalizzazione del Paese*.

³ Fonte: Chetham Sharma.

⁴ Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV *JOL*.



Smart Services

[G4-EC7], [G4-EC8] Nell'ambito dei servizi indirizzati al settore pubblico, in conformità all'ADI (Agenda Digitale Italiana) e alle Direttive europee, nel 2015 Telecom Italia ha consolidato e razionalizzato l'offerta degli Smart Services (famiglia di servizi che cura l'efficienza energetica e i servizi digitali della città), dell'Urban Security (i nuovi servizi dedicati alla sicurezza, all'ambiente, alla gestione ottimale dell'energia) e della Scuola Digitale. L'obiettivo è promuovere il modello di "città intelligente" (Smart City) per il miglioramento della qualità della vita attraverso lo sviluppo di servizi digitali innovativi che traghettino i Comuni verso un modello di Smart Community (come indicato dall'Agenda Digitale), in grado di abilitare nuove forme di collaborazione tra cittadini e amministratori pubblici.

LIGHTING SUITE	SMART BUILDING	NUVOLA IT ENERGREEN	NUVOLA IT URBAN SECURITY	NUVOLA IT SCUOLA DIGITALE
<p>Gestione integrata delle reti infrastrutturali del territorio e costruzione degli ambienti Smart City.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ pianificazione dei consumi di energia elettrica e manutenzione. Il risparmio energetico è stimabile in un range tra il 15% (illuminazione prodotta con lampade ad alta efficienza, p.e. a LED) ed oltre il 30% nel caso di illuminazione prodotta attraverso lampade di vecchio tipo (p.e. a vapori di sodio o incandescenza). A questi valori va aggiunta la possibilità di modulare l'illuminazione accendendo e/o riducendo l'intensità luminosa del singolo lampione; ■ videosorveglianza; ■ comunicazione digitale con i cittadini e i fruitori in genere (es. i turisti); ■ hot spot Wi-Fi (accesso alla banda larga). 	<p>Gestione intelligente e automazione degli edifici grazie a soluzioni ad hoc implementabili su progetto tramite le componenti delle offerte Lighting Suite e Nuvola It Energreen.</p> <p>Il risparmio energetico è stimabile in circa il 10%, in relazione alla sola implementazione di funzionalità di Metering & Reporting, per arrivare oltre il 50% per specifici progetti di efficientamento.</p>	<p>Gestione remota dei consumi energetici, implementata su asset e servizi di Telecom Italia, finalizzata al risparmio energetico.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ audit energetico on site (analisi on site per l'efficienza energetica); ■ Metering & Reporting; ■ Efficiency strategy (reportistica avanzata e servizi di consulenza di Energy Management); ■ Energy Cost Management Services; ■ Special Project: interventi ad hoc di efficientamento. 	<p>Gestione della sicurezza partecipata e controllo del territorio urbano.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ gestione informatizzata del processo di attività sanzionatoria relativa al Codice della Strada (CdS) ed Extra CdS per la Pubblica Amministrazione Locale; ■ gestione partecipata delle problematiche urbane, con segnalazione dei fenomeni di sicurezza, inciviltà e degrado urbano; ■ monitoraggio territoriale ed ambientale in tempo reale, rivolto al contesto urbano e naturale delle città (umidità, temperatura, inquinamento acustico, CO₂, gas inquinanti, ecc.); ■ monitoraggio dell'occupazione dei parcheggi su suolo pubblico. 	<p>Gestione digitale integrata della didattica e dell'amministrazione della scuola. L'offerta è configurabile secondo le esigenze degli istituti scolastici e comprende una gamma di servizi integrati ma modulari, accessibili attraverso un unico portale- vetrina.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ infrastruttura abilitante (connettività fissa internet, Wi-Fi & security); ■ servizi gestionali per la scuola (gestione amministrativa, Registro Elettronico cloud); ■ servizi di didattica digitale (applicativo integrato con store e-book scolastici); ■ device (per user e per classe).

Per quanto attiene l'innovazione di business, Telecom Italia punta ad integrare la propria offerta di connettività con nuovi servizi innovativi che soddisfino i nuovi bisogni digitali del cliente.

L'innovazione del business arricchisce quella "tradizionale" di Ricerca e Sviluppo sia sviluppando internamente, tramite l'Innovation Center, percorsi di prototipazione e sperimentazione di soluzioni basate sulla profonda comprensione e soddisfazione dei nuovi bisogni di servizi digitali, sia aprendosi a sorgenti di idee esterne che contribuiscano alla costruzione di un modello di open innovation fondato su un prezioso reticolo di presidi (Joint Open Lab, TIM#Wcap, Tim Ventures, Foundry, Partnerships, etc.).

In tale contesto, Telecom Italia sta presidiando i differenti filoni dei servizi digitali, ovvero Enriched Communication, Trusted



Digital Life, Business Life, Indoor Life, Mobile Open Life, Digital Entertainment, Big Data; di seguito sono riassunti alcuni dei principali progetti che Telecom Italia ha sviluppato o sta sviluppando in tali ambiti:

- **Smart Green:** si tratta della valutazione di progetti di innovazione legati all'ambiente e a potenziali partnership con la Pubblica Amministrazione per il monitoraggio dell'aria negli uffici pubblici e nelle aree urbane tramite rete di sensori connessi al Cloud Telecom Italia.
- **Social Reading:** nell'ambito di questo tema, all'app di lettura condivisa per la scuola, già sperimentata da diversi istituti scolastici sul territorio nazionale, è stata sviluppata e affiancata una soluzione di lettura condivisa per le biblioteche italiane, data in licenza ad un partner specializzato, che permette di commentare e condividere l'esperienza di lettura del libro preso in prestito con gli altri che lo hanno già letto o che lo leggeranno. Anche la soluzione per le biblioteche prevede una serie di impostazioni che agevolano la lettura da parte dei lettori con Disturbi Specifici dell'Apprendimento (DSA).
- **Soluzioni per la "buona scuola":** nell'ambito della collaborazione tra il JOL di Torino di Telecom Italia e l'Ufficio Scolastico Regionale per il Piemonte si è concluso il primo corso di formazione per professori delle scuole medie superiori al fine di educarli all'utilizzo del framework Open Source ROS (Robot Operating System), il framework "standard de facto" per la scrittura di applicazioni robotiche "hardware independent".
- **Turismo digitale 2.0:** "Virgil, robot a corte" è un progetto per la valorizzazione del Cultural Heritage realizzato da: JOL di Torino, Direzione Regionale Beni Culturali per il Piemonte, Polo Museale e la collaborazione del Dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino. L'obiettivo del progetto è fornire alla guida museale uno strumento digitale che le permetta di mostrare al visitatore parti del bene altrimenti inaccessibili per svariate problematiche (sicurezza, lavori, indisponibilità di mezzi per disabili, ecc.) e, soprattutto, ponga tale ambiente al centro di un network di siti turistici interconnessi grazie alla rete dati di Telecom Italia.
- **Smart Home:** nell'ambito del JOL di Milano, in collaborazione con il Politecnico di Milano, si stanno sperimentando nuove tecnologie e servizi per i futuri smart space. Negli smart space le tecnologie internet, le connessioni wireless di prossimità (Bluetooth Low Energy, Wi-Fi Direct, ecc.) e gli oggetti smart e wearable (smart screen, smart glass, smart watch, ecc.) vengono studiati ed utilizzati per creare nuove modalità di interazione e comunicazione tra le persone, gli oggetti e gli stessi spazi fisici. In particolare nel progetto finanziato EIT Digital P3S "Playful Supervised Smart Spaces", è stato realizzato uno smart space per bambini con speciali esigenze terapeutiche (es: affetti da sindrome autistica) sperimentato presso due centri specializzati. Telecom Italia sta investendo grazie alle attività svolte nei Joint Open Lab, nella progettazione e sperimentazione di soluzioni di telepresenza robotica, robot cioè che possono essere telecontrollati da remoto permettendo così alla persona di assistere ad un evento ed interagire con le persone presenti.
- **Friend TV (Innovation Center):** è proseguita la presenza sugli app store di Apple e di Android delle ultime versioni di FriendTV per smartphone e tablet, inizialmente pubblicate ad inizio 2014. FriendTV è una guida per i principali canali televisivi, fortemente integrata con i social media, che permette di partecipare in tempo reale ai programmi più commentati in rete. La piattaforma ARTES, creata dai laboratori Telecom Italia di Strategy & Innovation a Torino, permette di creare app di realtà aumentata in tempi molto brevi e offre a chi crea i contenuti un'interfaccia per arricchirli e modificarli senza ricorrere agli sviluppatori.
- **Big Data:** su questo argomento Telecom Italia ha avviato un percorso evolutivo fondato su diversi "cantieri" progettuali all'interno dei quali sono state avviate diverse iniziative nel corso del 2015 che si sono concluse con lo sviluppo delle prime applicazioni 'interne' (volte a migliorare la customer experience), il lancio dei primi servizi per il mercato business su dati anonimi (con l'offerta "Data Visual Insights" di mappe di presenza e mobilità per segmento di interesse e periodo di riferimento) e i primi progetti volti a far crescere l'ecosistema di partners (contest "TIM BD Challenge") ed arricchire le competenze interne (formazione tramite Master Big Data TIM). Il filone Big Data è stato anche oggetto di attività da parte dei Joint Open Lab. Dopo il successo dell'esperienza del Mobile Territorial Lab¹, il JOL di Trento di Telecom Italia ha sviluppato il progetto LivLab, una nuova istanza di living lab su un altro territorio facendo leva sulle competenze acquisite e lesson learned.

¹ www.mobileterritoriallab.eu



My Data Store, un esempio di personal data store che è entrato tra i top reference case del World Economic Forum¹, è stato arricchito di nuovi “data connector” che consentono la gestione trasparente anche dei dati personali di tipo social.

Il JOL, in collaborazione con le Istituzioni locali del territorio trentino, sta sperimentando soluzioni avanzate di servizi al cittadino basatesudati personali. Un esempio è Familink, il servizio di condivisione di opportunità per famiglie sul territorio trentino destinato a community trusted iperlocali. Il servizio è stato testato con successo dall’Agenzia provinciale per la famiglia, natalità e politiche familiari della Provincia Autonoma di Trento con le famiglie appartenenti a 3 grandi associazioni di genitori attive sul territorio. Tra le iniziative di Open Innovation da citare la seconda edizione del Telecom Italia Big Data Challenge², che ha richiamato oltre 1.000 partecipanti da tutto il mondo a confrontarsi sulla creazione di progetti smart city che usino ingenti volumi di dati geo-referenziati.

- **Smart City App - Expo 2015:** Milano ha sviluppato il tema “Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita” a partire dalla creazione di una Digital Smart City, attraverso la quale tutti i partecipanti hanno avuto a disposizione le tecnologie più innovative capaci di arricchire l’esperienza legata alla visita. Telecom Italia ha sviluppato e sperimentato l’intera filiera dell’ICT, che ha richiesto l’impiego di risorse dedicate ad elevato standard tecnologico. Applicando le metriche del modello di CSV il contributo generato³ dagli investimenti di Telecom Italia in termini di infrastrutture di banda ultralarga realizzate presso il sito espositivo, nel prossimo futuro disponibili per i progetti inerenti l’area, è pari a 2,5 milioni di euro. Oltre alle risorse interne dedicate al progetto (circa 500 risorse), l’occupazione generata presso i fornitori di beni e servizi vari forniti in ambito progettuale è stimato in circa 250 unità e il contributo economico indiretto di Telecom Italia può essere valutato in circa 6,5 milioni di euro.

Servizi innovativi nell’e-health

Telecom Italia, anche insieme a partner esterni, è attiva nella definizione e nello sviluppo di soluzioni complete per i servizi sanitari a livello nazionale, regionale e locale. I servizi, orientati al miglioramento della sanità italiana e della qualità ed efficacia delle cure sanitarie, offrono la possibilità di svolgere numerose attività da remoto a medici, infermieri e pazienti.

Tra le principali applicazioni di sanità elettronica disponibili o in fase di sviluppo, si evidenziano:

- i prodotti e i servizi a valore, rivolti alla medicina generale, per abilitare i nuovi modelli di cure primarie e l’offerta di servizi proattivi di medicina (es. campagne di screening della popolazione gestite dai medici di base);
- l’archiviazione legale in rete d’immagini diagnostiche digitali, con la garanzia dell’autenticità e integrità dei documenti;
- la gestione sia dei processi sanitari, amministrativi, logistici sia delle informazioni sanitarie di un paziente, per tutta la sua degenza;
- la gestione e il coordinamento delle centrali operative dedicate all’emergenza sanitaria (118) e alla continuità assistenziale;
- il telemonitoraggio sanitario (Nuvola IT Home Doctor).

Tutte le soluzioni rispettano i requisiti di privacy dei dati e sicurezza delle transazioni, richiesti dai processi sanitari.

¹ http://www3.weforum.org/docs/WEF_IT_UnlockingValuePersonalData_CollectionUsage_Report_2013.pdf

² www.telecomitalia.com/bigdatachallenge

³ Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV Expo 2015.



Nuvola IT Home Doctor

Permette ai pazienti affetti da patologie croniche, o in deospedalizzazione protetta, di effettuare il monitoraggio dei parametri fisiologici (peso corporeo, pressione arteriosa, frequenza cardiaca, saturazione dell'ossigeno ematico, glicemia, spirometria, elettrocardiogramma, ecc.) direttamente dalla propria abitazione o in strutture appositamente attrezzate (ambulatori, studi medici, ecc.). Il sistema è composto da una piattaforma tecnologica e software configurati sul cellulare (in alternativa su pc o tablet) del paziente e sul pc del personale sanitario. I pazienti, in base ai piani stabiliti dal medico, ricevono i messaggi di promemoria delle misurazioni da effettuare sul proprio cellulare, le rilevano con apparati elettromedicali portatili dotati di interfaccia bluetooth e le comunicano alla piattaforma di rete in modo automatico attraverso il telefonino.

Il servizio presenta benefici in termini di miglioramento della qualità della vita dei pazienti e ottimizzazione dei costi della struttura sanitaria.

Per potenziare le funzionalità del servizio e incrementare la presenza di Telecom Italia nel settore delle soluzioni socio-assistenziali, sono in corso i seguenti sviluppi:

- l'inserimento di nuovi dispositivi volti ad aumentare le misure monitorabili (es. attività fisica e qualità del sonno tramite dispositivi indossabili, analisi del sangue e delle urine tramite Point Of Care);
- l'utilizzo delle TV connesse a internet, per migliorare l'usabilità dei servizi sanitari tramite diverse modalità di visualizzazione delle misure e accesso ai servizi;
- i servizi per la prevenzione e il benessere orientati a fornire soluzioni a persone sane, per aiutarle a mantenere il loro stato di salute, se non migliorarlo, soprattutto in ambiti non convenzionali come le scuole o gli ambienti di lavoro, tramite soluzioni basate su Chioschi sanitari;
- i servizi per supportare la mobilità dei pazienti con gravi limitazioni, che smarriscono la strada con molta facilità e possono trovarsi in luoghi pericolosi, tramite soluzioni basate sulla localizzazione e meccanismi di aiuto da parte dei familiari o di centri servizio;
- servizi di videocomunicazione a supporto delle attività di teleassistenza e teleriabilitazione (ad es., i pazienti possono effettuare la riabilitazione seguiti dai medici in modo interattivo da remoto);
- servizi per la salute e il benessere personale, fruibili da smartphone mediante l'uso di wearable per il monitoraggio dei parametri con la disponibilità di spazio cloud su cui condividere le proprie informazioni.

L'evoluzione dei servizi è potenziata anche dai risultati raggiunti attraverso la partecipazione a progetti finanziati dallo Stato, come ad esempio:

- SMARTHEALTH 2.0, progetto finanziato dal Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca al quale partecipano 26 partner, che ha l'obiettivo di creare un'infrastruttura tecnologica innovativa in ambiente cloud computing, nel quale sviluppare diversi servizi ad alto valore aggiunto e attivare nuovi modelli nell'area della salute e del benessere. Avvalendosi della competenza clinica dell'Università La Sapienza di Roma, Telecom Italia Lab ha sviluppato la piattaforma Smart Aging per la prevenzione in età adulta condotta sugli anziani fragili a rischio declino cognitivo. La piattaforma elabora i dati e le misure provenienti da dispositivi; medicali, chioschi sanitari e POC (Proof of Concept), questionari e test cognitivi acquisiti da tablet. I medici redigono il programma di prevenzione sulla base degli andamenti e i risultati delle elaborazioni ed inviano ai pazienti mail contenenti feedback su base settimanale. La piattaforma è in uso per un trial clinico presso l'ITGP2 (Istituto Tumori Giovanni Paolo II) di Bari che si è conclusa a fine 2015.
- MC3CARE, progetto finanziato dal Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca, che ha l'obiettivo di realizzare un prototipo tecnologico che permette l'accesso e la fruizione di servizi tra loro integrati, legati alla "salute" del cittadino, tramite dispositivi mobili quali smartphone e tablet. Attraverso MobileC3-Care, il cittadino si pone al centro di una rete ideale, interconnesso con tutte le strutture facenti parte dell'ecosistema della salute, del welfare e del wellness. Il prototipo integra un insieme di servizi, quali quelli informativi, di telemedicina (telemonitoraggio e farmacovigilanza), wellness, localizzazione e geofencing, accesso ai sistemi di sanità digitali (FSE, Fascicolo Sanitario Elettronico, e CUP, Centro Unificato di Prenotazione), di agenda e remind (sincronizzando gli eventi con quelli provenienti dai sistemi integrati), di taccuino personale (con dati sincronizzati con quelli provenienti dai sistemi integrati), di forum di discussione, per la gestione della Privacy e di SSO (Single Sign On). Il prototipo è in fase di validazione tramite interviste con stakeholder del settore e focus group di utilizzatori finali.



Fisio@Home

Si tratta di un servizio sperimentale di teleriabilitazione motoria, che consente al personale medico di monitorare da remoto le condizioni di pazienti con problemi ortopedici o neuromotori. Il prototipo, in sperimentazione, è stato sviluppato per la riabilitazione del ginocchio anche se l'applicazione può essere utilizzata per altre patologie. Il sistema consente ai medici di valutare l'aderenza al programma del lavoro definito e la correttezza degli esercizi eseguiti.

I dati del movimento sono raccolti mediante sensori indossati dal paziente che misurano l'accelerazione, la velocità angolare e il campo magnetico lungo gli assi di riferimento. I dati sono inviati a un pc via bluetooth, dove un'applicazione li elabora in tempo reale per estrarre le informazioni utili alla definizione dei movimenti e li memorizza.

Nella teleriabilitazione ortopedica le attività si sono sviluppate in due direzioni principali: l'estensione a nuovi casi clinici e l'ottimizzazione delle prestazioni. Nel primo caso, grazie ad una nuova collaborazione tra il JOL WHITE¹ e l'ospedale di Viareggio, è stata avviata l'attività per la definizione dei protocolli di teleriabilitazione, aventi l'obiettivo del recupero funzionale post-operatorio in caso di protesi parziale o totale del ginocchio. Nel caso di ottimizzazione delle prestazioni è in corso la sostituzione dei vecchi sensori con i nuovi, meglio performanti e più facili da utilizzare. Questo richiede un'attività d'integrazione con l'applicazione Android, utilizzata dal paziente durante l'esecuzione degli esercizi.

Cassiel 2.0

Il servizio fornisce assistenza da remoto agli anziani, sia monitorandoli sia ricevendo segnali d'allarme in caso di emergenza. I sensori, collocati all'interno dell'abitazione, elaborano i dati raccolti per effettuare le analisi comportamentali, nell'ottica del miglioramento della qualità della vita. La soluzione completa comprende il servizio di promemoria, chiamato RicordaMI, per monitorare le terapie ed assicurarne il completamento. Attraverso il coinvolgimento delle farmacie nell'impostazione della posologia e con l'adozione di un'applicazione per tablet semplificata, il sistema è usabile anche da persone con lievi deficit cognitivi.

Tele-monitoraggio malattia di Parkinson

Nell'ambito dello sviluppo del sistema di tele-monitoraggio dei pazienti affetti dal morbo di Parkinson, Telecom Italia ha depositato due domande di brevetto, riguardanti gli arti superiori e quelli inferiori. Inoltre, è stata considerata la possibilità di monitorare nuovi task motori e, grazie alla collaborazione con l'Istituto Auxologico Italiano, è stata avviata l'attività per estendere l'uso della teleriabilitazione ai pazienti neurologici. Infine, sulla base dei dati raccolti nei trial, sono state applicate le tecniche di machine learning al fine di sviluppare un algoritmo della valutazione automatica UPDRS², per emulare il risultato fornito dal neurologo secondo questa scala standardizzata.

WebSensor è un prototipo per il monitoraggio da remoto dei progressi della malattia di Parkinson, sviluppato con il supporto di neurologi. Un set di sensori, indossabili sul piede e sulla mano, monitora gli esercizi eseguiti dal paziente ed invia i dati ad una piattaforma che li elabora e fornisce i parametri utili per la valutazione dello stato della malattia. I sensori sulla mano, spesso scomodi da indossare, possono essere sostituiti da un'apposita telecamera stereoscopica (LeapMotion), che inquadra la mano ed estrae automaticamente la posizione esatta delle dita nello spazio.

¹ E' uno degli otto Joint Open Labs (JOL) aperti da TIM in 5 università; WHITE sta per Wellbeing and Health Innovative Technologies Lab e si trova presso la Scuola Superiore Sant'Anna a Pisa.

² Unified Parkinson's Disease Rating Scale è la scala di valutazione maggiormente utilizzata nella valutazione della prognosi della malattia di Parkinson.



PAPI

E' un prototipo sperimentato su 30 soggetti ultrasessantacinquenni, affetti da lieve deficit delle funzioni cognitive, per la loro riabilitazione da remoto. Il sistema fornisce un kit di giochi interattivi per tablet Android, progettati con i neurologi, al fine di stimolare le diverse funzioni cognitive del paziente. I giochi, sperimentati in collaborazione con la NeuroCare di Cascina (Pisa), comunicano con un server remoto sia per inviare i dati delle prestazioni del paziente sia per scaricare le configurazioni degli stessi. La sperimentazione ha consentito di migliorare i giochi, rendendoli più interessanti agli utilizzatori, e ha permesso di integrarli con altri giochi realizzati da terzi (che coinvolgono il resto della famiglia), in una sorta di giocata a premi che ne stimola l'uso (progetto GameBus).

Playful Spaces

Personalized Playful Spaces è un progetto finanziato da EIT ICT Labs¹ per la riabilitazione e il monitoraggio dei bambini autistici. Il bambino può interagire con uno spazio o con degli oggetti sensorizzati che lo stimolano nel gioco e forniscono un'indicazione del suo stato allo specialista. Il progetto è sviluppato in partnership con il JOL SCUBE², che si occupa degli ambienti sensorizzati, con il Politecnico di Milano e SAM Foundation per il supporto scientifico e medico.

Ricerca e innovazione nella e-security

Telecom Italia è impegnata nelle attività di ricerca e innovazione riguardanti la cyber security e, più in generale, la sicurezza delle informazioni e delle reti.

Tra le attività realizzate nel corso del 2015 sono da evidenziare:

- la progettazione di una piattaforma proprietaria basata su tecnologie open source per la raccolta e la gestione dei Big Data di sicurezza;
- lo studio e la realizzazione di nuovi modelli di esame, da utilizzare con gli strumenti di analisi visuale per i Big Data di sicurezza;
- lo studio e sperimentazione di nuovi approcci per l'analisi di sicurezza e la gestione del rischio sulle reti LTE e sulle piattaforme telco cloud;
- la realizzazione di diverse campagne di scouting e testing su soluzioni di sicurezza innovative;
- la prosecuzione delle attività per l'analisi della sicurezza di mobile app e dei mobile device;
- la collaborazione, in ambito 3GPP³ SA3 SECAM⁴, per la definizione dei requisiti di sicurezza e delle metodologie di test sugli apparati per le reti a standard 3GPP;
- il completamento delle attività nei progetti internazionali IST NEMESYS (Information Society Technologies, enhanced NETwork security for seamless service provisioning in the smart Mobile EcoSYSstem) e CIP (Competitiveness and Innovation framework Programme) Advanced Cyber Defence Center;
- la partecipazione, con altri 15 partner, ai lavori del consorzio 5G-ENSURE (5G Enablers for Network and System Security and Resilience) per ottenere un finanziamento nell'ambito del programma europeo H2020 e studiare, definire e sperimentare le misure di sicurezza e resilienza delle future reti 5G realizzando una 5G Security Architecture;
- lo sviluppo, in ambito ETSI⁵, dei lavori del TC CYBER focalizzato sulla Cyber Security;
- la prosecuzione delle altre attività di presidio e indirizzo in ambito GSMA Fraud and Security Group;
- lo sviluppo della collaborazione, avviata nel 2013, con l'EIT (European Institute of Innovation and Technology) Digital e la guida della Action Line su Privacy, Security & Trust.

¹ European Institute of Innovation and Technology.

² E' uno degli 8 Joint Open Labs (JOL) aperti da TIM in 5 università; SCUBE (Smart Social Spaces Lab) ha sede presso il Politecnico di Milano.

³ The 3rd Generation Partnership Project.

⁴ SECurity Assurance Methodology.

⁵ European Telecommunications Standards Institute.



Iniziative per la collettività coerenti con il core business

Di seguito sono riportati alcuni progetti realizzati nel 2015 in risposta ai bisogni della comunità, utilizzando le tecnologie di Telecom Italia.

Raccolte fondi

In un contesto nazionale e internazionale in cui si moltiplicano gli scenari di crisi e conflitto, a fronte di un sempre crescente numero di soggetti in stato di necessità ed emergenza, le raccolte fondi da privati rappresentano un fattore fondamentale di coesione e vicinanza “tra persone e persone”.

Da oltre un decennio Telecom Italia è attore fondamentale nella catena di solidarietà legata a progetti con finalità umanitarie, scientifiche o ambientali che supporta offrendo la possibilità di fare una donazione del valore di 1 o 2 euro mediante l’invio di un SMS e di 2, 5 o 10 euro tramite una telefonata da rete fissa a un numero dedicato.

Tra le 100 numerazioni destinate al terzo settore, 20 sono in comune con gli altri operatori, di cui 2 destinate alle emergenze. Gli importi raccolti sono devoluti interamente senza alcuna trattenuta, né da parte del fisco, né da parte dell’Azienda per i costi sostenuti.

Nel 2015 sono state realizzate 113 campagne e sono stati raccolti circa 20 milioni di euro¹.

Nel corso del 2015 è stata costituita “Dono per...”, società consortile a responsabilità limitata, che vede come soci fondatori Telecom Italia, Vodafone Italia e Wind che gestirà le iniziative per la raccolta e la distribuzione di fondi a scopo di beneficenza nonché di finanziamenti in favore di partiti o movimenti di natura politica, come previsto dalla nuova normativa. La società, senza fini di lucro, destinerà eventuali utili di gestione in progetti di carattere sociale. Il nuovo soggetto giuridico garantirà omogeneità e unicità di comportamento alle organizzazioni no-profit, ai partiti politici, alle Istituzioni e ai media. Il Consorzio è aperto all’adesione di altri operatori di telecomunicazioni.

Innovazione Sociale

Con il termine innovazione sociale si definisce quell’insieme di nuove idee che riescono a rispondere ai bisogni della società in modo più efficace rispetto alle alternative esistenti e che riescono a sviluppare, allo stesso tempo, nuove relazioni o collaborazioni in grado di rafforzarla.

La piattaforma di crowdfunding WithYouWeDo accoglie richieste di donazioni presentate da soggetti pubblici e privati che intendano realizzare progetti negli ambiti dell’innovazione sociale, tutela ambientale e cultura digitale. Per promuovere il crowdfunding, l’Azienda, oltre a mettere a disposizione la piattaforma tecnologica necessaria per la raccolta online (withyouwedo.telecomitalia.com), si impegna a contribuire per il 25% (fino ad un massimo di 10.000 euro) al finanziamento dei progetti che raggiungano l’obiettivo (8 nel 2015) e sostiene in termini di comunicazione sia gli aspiranti progettisti (circa mille quelli coinvolti nel tour che nel 2015 ha toccato 13 città italiane), sia i progetti selezionati per la piattaforma, anche attraverso una partnership con la trasmissione radiofonica SmartUp di Radio105.

Complessivamente sono stati raccolti oltre 270.000 euro.

Applicando le metriche del modello di CSV, il contributo generato² in Italia in termini di social value è pari a 320.000 euro a cui si aggiunge l’impatto positivo sulla reputation aziendale dovuta ai 12 milioni di reach social, 168 uscite stampa, 1 milione di page views e 225.000 video views generati dal progetto.

L’Azienda è inoltre socio fondatore dell’Associazione Digital Champions. Il Digital Champion, carica istituita dall’Unione Europea nel 2012, è un ambasciatore dell’innovazione, nominato da ciascuno Stato membro dell’Unione Europea e dalla Commissione Europea allo scopo di promuovere i benefici di una società digitale inclusiva. Il progetto prevede la nomina di un Digital Champion per ogni comune del Paese, declinando sul territorio nazionale le istanze europee. Questa partnership qualifica Telecom Italia come prima azienda ad essere legata alla più ampia e territorialmente estesa rete di innovatori

¹ L’importo raccolto, alla data di presentazione del Bilancio di sostenibilità 2015 è stimato; inoltre il dato non è direttamente attribuibile alle campagne dell’anno solare a causa dello sfasamento temporale tra fatturazione e incasso.

² Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV WithYouWeDo.



italiani. I progetti congiunti tra l'Azienda e l'Associazione sono: Italiani.Digital un vero helpdesk online per rispondere alle domande degli italiani sul digitale, i #DigitalDay sulla fatturazione elettronica e Digital Championship, un digital talent show per fare emergere i talenti digitali del Paese e portare a beneficio di tutti in Italia le best practice dei diversi territori.

Applicando le metriche del modello di CSV, il contributo generato¹ in termini di social value è pari a 85.000 euro a cui si aggiunge l'impatto positivo sulla reputation aziendale dovuta ai 22 milioni di reach social, 82 uscite stampa, 54.697 page views e 5.205 video streaming generati dal progetto.

Ricerca e sviluppo in Brasile

Nel biennio 2014-2015 Tim Brasil ha investito oltre 2 miliardi di euro in infrastrutture innovative ed il piano per il triennio 2016-2018 prevede circa 4 miliardi di euro in investimenti quasi interamente rivolti a una maggiore copertura 4G del Paese. Presso TIM Brasil l'attività di ricerca e sviluppo è curata dalla funzione Innovation & Technology, che fa capo alla struttura del Chief Technology Officer, composta da 32 persone, tra cui ingegneri in telecomunicazioni, elettrici e elettronici, esperti informatici, e altri tecnici di diversa estrazione, competenze ed esperienze, che coprono tutte le operazioni di rete, perseguono le esigenze innovative e forniscono supporto alle attività di R&S. Le responsabilità principali di questa funzione sono la definizione dell'innovazione tecnologica della rete, le esigenze evolutive per nuove tecnologie, dispositivi e le linee guida architettoniche unitamente allo sviluppo di partnership strategiche, al fine di sfruttare i nuovi modelli di business e garantire l'evoluzione delle infrastrutture di rete in base alla strategia aziendale.

In termini di infrastrutture, un risultato importante è stata la costituzione dell'Innovation Lab, che consiste in un ambiente di prova multifunzionale con sede a Rio de Janeiro, in grado di garantire la valutazione/validazione di tecnologie, prodotti e servizi innovativi, attestandone l'efficienza funzionale e le prestazioni, così come sviluppare nuovi modelli e configurazioni, consolidando il flusso di innovazione. L'Innovation Lab svolge un ruolo strategico nel fornire supporto per la conduzione di Credibility Test, Trials e Proof of Concept per la validazione dei servizi in collaborazione con i principali fornitori di tecnologia e partner, attraverso la condivisione delle conoscenze e dell'infrastruttura tecnologica per i test di interoperabilità, la valutazione delle capacità e la definizione di requisiti tecnici; in sinergia con la funzione R&S, favorisce l'innovazione e la promozione di collaborazioni con università e istituti di ricerca.

Nel 2015 sono stati completati più di 200 progetti di validazione e innovazione, che tenderanno ad aumentare in considerazione dell'ampia gamma di iniziative di innovazione e ricerca e sviluppo in corso. In questo senso il Piano tecnologico 2016-2018, prevede investimenti superiori a 30 milioni di reais in questo progetto, che comprende anche la costruzione di un nuovo Centro di innovazione in Guaratiba, nello stato di Rio de Janeiro, un edificio con una superficie di 1.000 mq in grado di ospitare più di 60 persone. Questa nuova sede, che opererà come punto di riferimento nazionale per le attività di R&S, ospiterà tecnici e ricercatori e servirà come spazio di innovazione aperto per nuove opportunità e lo sviluppo dell'innovazione per il mercato brasiliano delle telecomunicazioni.

La funzione Innovation & Technology ha lavorato su progetti mirati all'evoluzione del business di TIM Brasil attraverso la raccomandazione di piattaforme di rete sostenibili ed efficienti e di modelli "disruptive", anche anticipando la disponibilità di nuovi servizi. La riassegnazione dello spettro 1.800 MHz dal 2G al 4G sta portando tre importanti vantaggi competitivi per TIM Brasil: 1) riduzione dei costi per il deployment LTE; 2) aumento dell'area di copertura LTE e 3) miglioramento della copertura indoor. Oltre all'espansione della copertura, l'uso della banda 1.800 MHz può aumentare la capacità nelle città già coperte con la banda LTE a 2,6 GHz con basso costo aggiuntivo. Un'altra considerazione importante in questo scenario è che il 70% dei terminali LTE attuali sono già compatibili con le bande 1.800 MHz e 2.600 MHz, quindi l'implementazione dell'LTE 1.800 MHz beneficia della diffusione dei dispositivi.

Il 30 ottobre 2014 TIM ha acquisito un blocco nazionale (10 + 10 MHz) nella banda 700 MHz, il cui utilizzo è soggetto alla pulizia dello spettro (attualmente viene utilizzato per la trasmissione TV analogica). A tale scopo, per gestire lo switch-off, in Brasile i vincitori delle aste relative alla banda 700 MHz hanno creato un nuovo ente, l'EAD (Entidade Administradora de Processo de Redistribuição e Digitalização de Canais de TV e RTV), al fine di gestire la pulizia dello spettro ed evitare problemi di interferenze. TIM gioca un ruolo di guida all'interno del gruppo degli operatori, individuando opportunità per dare supporto allo switch-off della TV analogica.

¹ Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV Partnership con Digital Champion.



SOSTENIBILITA' LUNGO LA CATENA DI FORNITURA

Il digitale rappresenta il nuovo fattore di progresso collettivo e offre nuove opportunità che hanno impatti sull'economia e la società con diverse modalità. I fornitori hanno un'influenza diretta sulle comunità e nelle aree all'interno delle quali svolgono le proprie attività e, non ultimo, deve essere considerato il coinvolgimento delle organizzazioni che vigilano sugli aspetti ambientali e sociali a queste collegati.

Il processo di acquisto adottato dal Gruppo Telecom Italia si basa sul confronto competitivo delle caratteristiche tecniche ed economiche delle offerte che vengono presentate da fornitori selezionati, basato su procedure aziendali improntate all'eticità negoziale.

La selezione dei fornitori del Gruppo Telecom Italia avviene attraverso una qualificazione pre-contrattuale mirata alla valutazione delle loro caratteristiche economico-finanziarie e tecnico organizzative. Se il risultato di questa valutazione - che comprende anche accertamenti sull'etica del business e il rispetto di diritti umani, diritti dei lavoratori e ambiente - è positivo, i fornitori vengono iscritti all'Anagrafica Fornitori di Gruppo (Anagrafica).

Prodotti e servizi vengono acquistati alle migliori condizioni di mercato e devono soddisfare specifici requisiti di funzionalità, qualità, sicurezza e rispetto dell'ambiente, in piena conformità con leggi e normative vigenti.

[G4-HR1a] In tutti i contratti stipulati è presente una specifica clausola che impone l'accettazione, da parte del fornitore, dei principi espressi nel Codice Etico e di Condotta del Gruppo¹.

[G4-HR1a], [G4-HR1b] Per quel che riguarda le operazioni domestiche, i fornitori italiani in anagrafica con valore di ordinato non irrisorio (la soglia è di soli 3.000 euro cumulati annui), ricevono² uno screening iniziale relativo al rispetto dei principi del Codice Etico e sono soggetti a verifiche periodiche. Le azioni che Telecom Italia mette in atto per le verifiche sui fornitori variano a seconda della rischiosità del fornitore e dell'importo dell'acquisto: si passa da questionari semplici a questionari complessi e da verifiche di carattere documentale a verifiche presso le sedi dei fornitori e a audit specifici su tematiche di sostenibilità. **[G4-HR10]** In particolare, nel 2015 il 100% dei nuovi fornitori iscritti in Anagrafica ha sottoscritto uno specifico questionario in cui si impegna per sé e gli eventuali subappaltatori autorizzati, collaboratori e dipendenti, ad osservare i principi comportamentali del Codice Etico e di Condotta del Gruppo³.

Nel corso della fornitura le aziende iscritte che abbiano ricevuto ordini di acquisto sono di norma sottoposte ai controlli della qualità entrante (vincolante ai fini dell'accettazione e utilizzo del bene acquistato) e del vendor rating. Vengono inoltre effettuate verifiche ambientali e sociali⁴.

Le strutture di acquisto sono focalizzate su comparti specifici in modo da fornire risposte puntuali alle esigenze espresse dai clienti interni e dagli stakeholder. Tali aspettative vengono costantemente monitorate tramite sondaggi di verifica della qualità dei servizi erogati che coinvolgono sia i clienti interni sia i fornitori (cfr. paragrafo *Iniziativa di coinvolgimento*).

[G4-12] Gli acquisti di Telecom Italia avvengono principalmente nelle due aree geografiche dove hanno sede le maggiori operazioni del Gruppo, cioè Italia e Brasile, e sono diretti per lo più verso le seguenti categorie di prodotti/servizi:

- Reti di telecomunicazioni
- Prodotti di telecomunicazioni
- Information Technology
- Servizi professionali e tecnici
- Sistemi di Alimentazione
- Altro

¹ **[G4-DMA Investment]** Il Codice Etico di Gruppo (CE) recita: "Il rispetto del Codice deve essere garantito anche dai collaboratori esterni e, là dove previsto dal sistema procedurale aziendale, dai terzi in rapporti d'affari con il Gruppo". In particolare, le procedure interne richiedono che i fornitori accettino i principi espressi dal CE, e che i contratti per raggruppamenti temporanei di impresa o partecipazioni societarie contengano clausole di salvaguardia del Modello Organizzativo 231 (che si fonda sul CE). Il Global Compact dell'Onu è, sul tema dei diritti umani, il riferimento del CE di Gruppo, che recita: "Telecom Italia ha aderito al Global Compact promosso dall'Organizzazione per le Nazioni Unite in materia di diritti umani, standard di lavoro, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione, e assicura piena attuazione a tale impegno istituzionale mediante la realizzazione di puntuali iniziative su tematiche di carattere ambientale e sociale". Inoltre, il CE contiene clausole specifiche sul divieto di discriminazione, intimidazione, corruzione e tutela della salute e sicurezza. Inoltre la policy di Gruppo sul rispetto dei Diritti Umani specifica che "i Diritti Umani fondamentali (ad es., orario di lavoro, retribuzioni eque, età minima per l'ingresso nel mondo del lavoro, condizioni del posto di lavoro, accessibilità alle persone diversamente abili, tutela della maternità, divieto di molestie, lavoro forzato/obbligatorio/vincolato)" e "i diritti riguardanti la salute e la sicurezza (consideriamo che l'elevato standard di salute e sicurezza sia una pietra miliare del nostro successo e il nostro obiettivo è ridurre al minimo gli infortuni e le malattie professionali)" devono essere garantiti sia alle persone del Gruppo sia alle risorse umane dei fornitori.

² Escluse le Pubbliche Amministrazioni.

³ Nel 2015 In Brasile tale percentuale è stata pari al 98%.

⁴ **[G4-DMA Supplier Human Rights Assessment]** In particolare, sono previste verifiche sulla salute e sicurezza e sull'ambiente, il cui risultato confluisce nel rating del fornitore, a cui è legato il sistema di penalità/incentivazione. **[G4-DMA Employment]** Sono inoltre previste verifiche relative al rispetto della normativa sul lavoro.



[G4-12] In totale, i fornitori che nel 2015 hanno avuto ordini di acquisto con il Gruppo¹, sono stati 6.595 (-2% rispetto al 2014 e -11% rispetto al 2013), di cui 3.641 per la BU Domestic (+4% rispetto al 2014 e +6% rispetto al 2013), 1.865 per il Brasile (-12% rispetto al 2014 e -19% rispetto al 2013) e 442 per la BU Media (+5% rispetto al 2014 e -48% rispetto al 2013).

[G4-12] Per alcuni settori, il Gruppo rileva e monitora anche i fornitori in subappalto: in particolare per i lavori di rete; le imprese in subappalto sono state 819 (+9% rispetto al 2014 e - 6% rispetto al 2013). In questo settore dunque, la stima del totale fornitori coinvolti nella catena di fornitura è pari a 839².

[G4-13] Negli ultimi 3 anni non sono avvenuti rilevanti cambiamenti nella struttura della catena di fornitura del Gruppo, ad esclusione di quelli determinati dai cambiamenti di perimetro del Gruppo per la cessione delle attività in Argentina e televisive.

Iniziative di sostenibilità

Nel 2015 è proseguita l'implementazione del nuovo processo che definisce le attività volte al miglioramento della sostenibilità della supply chain, attraverso una più articolata sistematizzazione degli elementi di valutazione della sostenibilità dei fornitori nelle fasi di qualificazione, qualità entrante e vendor rating.

[G4-DMA Supplier Human Rights Assessment] In particolare, i fornitori sono stati classificati in base ai rischi potenziali legati alla loro performance di sostenibilità, attraverso una specifica metodologia che considera gli aspetti socio-ambientali e di continuità di business connessi ai mercati d'acquisto in cui operano. Per questo, i mercati di acquisto (cioè le categorie di acquisti omogenei tra loro) sono stati classificati in funzione di parametri quali:

- le aree geografiche di riferimento e i rischi ad esse collegati,
- il potenziale impatto su ambiente e società delle attività dei fornitori e dei prodotti/servizi forniti lungo il loro intero ciclo di vita, inclusi i rischi relativi alle violazioni dei diritti umani, del lavoro e dell'ambiente,
- l'impatto sulla reputazione di Telecom Italia come cliente.

Quindi, è stata realizzata una matrice che, mettendo in relazione la spesa relativa allo specifico mercato d'acquisto con l'indice di rischio calcolato sulla base dei parametri elencati, ha consentito di suddividere i mercati d'acquisto in quattro classi, individuando quelli più critici dal punto di vista della sostenibilità e dell'impatto economico. I fornitori appartenenti alle classi a maggior rischio sono oggetto di audit di sostenibilità, effettuati da personale aziendale o di aziende terze specializzate nel settore. Tali audit sono ripetuti periodicamente per seguire l'attuazione di eventuali azioni correttive e, in caso di esito positivo, per verificare il mantenimento nel tempo del livello di prestazioni riscontrato. Gli strumenti sviluppati e utilizzati per la BU Domestic sono stati illustrati e trasferiti alla BU Brasile che sta mettendo a punto le modalità di applicazione ai propri fornitori.

[G4-HR4a], [G4-HR5a], [G4-HR5b], [G4-HR6a], [G4-HR11] Sono stati analizzati tutti i fornitori della BU Domestic al fine di valutarne il rischio socio/ambientale³; nel 2015 quelli a maggior rischio sono 40 (-31% rispetto al 2014 e + 33% rispetto al 2013). Sono considerati a maggior rischio sociale 20 mercati d'acquisto⁴ e i fornitori che operano nelle aree geografiche: Asia, Centro e Sud America, Nord Africa ed Europa dell'Est.

[G4-HR7] Per i lavoratori delle aziende che forniscono servizi di sicurezza in Italia è prevista l'osservanza del Testo Unico delle Leggi di Pubblica Sicurezza con particolare riferimento all'articolo 138 comma 2 che prevede i requisiti professionali e di formazione delle guardie giurate. In Brasile la legge 7102/83 detta le regole relative alla vigilanza privata. Prevede, tra l'altro, che tutti coloro che intendano essere assunti come vigilantes da un'impresa di vigilanza debbano aver preventivamente partecipato a un corso di formazione, effettuato da scuole accreditate dalla Polizia Federale. Dopo l'assunzione, ogni due anni i vigilantes devono seguire un corso di aggiornamento.

¹ Nella presente sezione, i dati relativi a Olivetti sono inclusi nel Gruppo ma non in Domestic.

² Nella BU brasiliana allo stato attuale non esiste un monitoraggio sistematico dei fornitori di secondo livello. Sono in corso valutazioni su come effettuare tale monitoraggio per il futuro.

³ **[G4-DMA Freedom of Association and Collective Bargaining]** La policy di Gruppo volta a prevenire il rischio di violazione dei diritti sindacali è quella relativa ai "Rapporti con i Fornitori nel processo di acquisto di Telecom Italia", che recita "...il Gruppo richiede ai propri fornitori e promuove, per il tramite di questi ultimi, anche verso subfornitori, il rispetto dei seguenti principi e delle relative prescrizioni di legge vigenti nei paesi ove tali Stakeholder operano. Tutti i lavoratori devono godere del diritto legale di costituire e/o aderire alle organizzazioni sindacali per la tutela degli interessi individuali e collettivi. Deve essere riconosciuto il ruolo dei rappresentanti sindacali dei lavoratori, i quali non devono essere assoggettati ad alcuna forma di discriminazione; per l'espletamento della loro attività sindacale, devono essere garantiti permessi retribuiti e mezzi necessari alla comunicazione con i lavoratori sul luogo di lavoro". Gli stessi concetti sono ribaditi anche nella policy di Gruppo sul rispetto dei Diritti Umani.

⁴ Access gateway-commercializzazione, accesso 3G, accesso/release software - mobile, apparati NGAN, applicazioni infrastrutturali, applicazioni produttive/collaboration, assurance, call center, cavi, creation, dati - GBE, delivery, development software, handset, materiali-cavi/pali/trasmissioni, middleware, servizi ambientali-manutenzioni civili/facility management, service layer-applicazioni verticali, server/storage, tablet, WAN - VOIP.



[G4-DMA Supplier Human Rights Assessment] Nel 2014 è stato predisposto un questionario di autovalutazione da sottoporre, nella fase di qualificazione, ai nuovi fornitori appartenenti ai comparti di acquisto a maggior rischio per quanto riguarda la sostenibilità. Inoltre, vengono svolte idonee campagne di recupero per fornitori precedentemente qualificati.

Il questionario, aggiornato periodicamente in funzione dei risultati e dell'evoluzione del processo di qualificazione, è stato elaborato sulla base dei principali requisiti presenti negli standard di riferimento per la gestione d'impresa responsabile, sia dal punto di vista del rispetto dei valori etici sia della salvaguardia dell'ambiente (quali SA 8000, Global Compact e ISO 14001) e delle migliori prassi industriali del settore. **[G4-HR10], [G4-LA14]** Il questionario di autovalutazione di sostenibilità è integrato nell'applicativo che gestisce il processo di qualificazione dei fornitori, che automaticamente lo sottopone a tutti i nuovi fornitori che operano nei mercati classificati a rischio di sostenibilità. Per fornitori precedentemente qualificati nell'Albo fornitori di Telecom Italia, sono state effettuate le campagne di recupero. Le risultanze del questionario consentiranno l'affinamento della matrice del rischio sopra descritta.

Nel 2015 in Brasile è stato inviato un questionario di autovalutazione sui temi di sostenibilità ai fornitori il cui ordinato supera un milione di reais, che sono pari al 18% del numero totale dei fornitori. A fine 2015 sono state ricevute risposte da tutti i 357 fornitori coinvolti. I risultati serviranno ad orientare i futuri processi di selezione.

Nel mese di ottobre 2015 è stata confermata la certificazione di conformità alla norma ISO 9001:2008 del "Sistema di Gestione per la Qualità" per le Funzioni Purchasing e Service Center Logistics rientranti nella responsabilità del Business Support Office, con un particolare riconoscimento delle iniziative intraprese nel campo della sostenibilità. La certificazione ha comportato la mappatura di 23 processi delle funzioni con la definizione di 117 indicatori di performance che consentono il monitoraggio e il miglioramento della gestione dei servizi forniti a clienti interni e fornitori.

L'applicazione della policy di green procurement, che fornisce le linee guida per stabilire i requisiti ambientali dei prodotti/servizi acquistati, costituisce sempre parte integrante del processo di acquisto. La policy considera tutte le fasi di vita del prodotto: progettazione, produzione, utilizzo, fine vita. Il documento, pubblicato sul portale fornitori "Vendors Hub" di Telecom Italia e nella sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com, contribuisce a orientare le politiche d'acquisto a favore di prodotti e servizi a basso impatto ambientale.

Alcune domande del sondaggio di soddisfazione annuale (cfr. *Iniziative di coinvolgimento*) vertono sulla policy di green procurement e principi relativi ai diritti umani e del lavoro, nonché sulla loro implementazione da parte dei fornitori allo scopo di accrescerne il coinvolgimento nelle tematiche di sostenibilità.

Verifiche di sostenibilità

[G4-DMA Supplier Human Rights Assessment], [G4-DMA Employment] Anche nel 2015 sono proseguite le attività di verifica del livello di performance di sostenibilità di fornitori e subfornitori comuni nell'ambito dell'iniziativa denominata Joint Audit Cooperation (JAC¹), come previsto dal Protocollo d'Intesa sottoscritto a fine 2009 da Telecom Italia, Orange e Deutsche Telekom. All'iniziativa hanno successivamente aderito: nel 2011 Proximus (ex Belgacom), KPN, Swisscom, Vodafone Group; nel 2012 Telenor e TeliaSonera; nel 2013 Verizon.

Gli obiettivi del Joint Audit Cooperation sono:

- verificare il livello di sostenibilità dei fornitori/subfornitori più rilevanti, comuni ai membri del JAC, con stabilimenti produttivi localizzati in aree geografiche caratterizzate da un significativo livello di rischio socio-ambientale. Le verifiche sono effettuate attraverso audit condotti da terze parti sulla base di una metodologia specifica sviluppata dagli stessi membri del JAC che successivamente ne condividono i risultati;
- contribuire alla crescita della sostenibilità dei fornitori/subfornitori coinvolti attraverso la definizione e l'attuazione di azioni correttive e programmi di miglioramento continuo, instaurando con essi un rapporto di collaborazione durevole con benefici reciproci in termini di efficienza, produttività e riduzione dei rischi nell'ambito della supply chain.

¹ <http://jac.initiative.com>



[G4-HR4b], [G4-HR5c], [G4-HR6b], [G4-HR11c], [G4-HR11d], [G4-LA15] Nel periodo 2010-2015, grazie al progressivo incremento del numero dei membri del JAC, sono stati condotti 209 audit – di cui 61 nel 2015¹ - presso stabilimenti produttivi (di fornitori e subfornitori) localizzati in Asia, Centro e Sud America, Nord Africa ed Europa dell’Est. Le verifiche sono state effettuate da società internazionali specializzate, selezionate tramite gara, e hanno riguardato un totale di oltre 600.000 lavoratori. I fornitori inclusi nelle campagne di audit appartengono ai comparti di produzione di dispositivi e apparati d’utente, apparati di rete e apparecchiature IT.

La seguente tabella mostra le non conformità riscontrate nel corso degli audit sui fornitori del Gruppo, fra cui quelle relative ai Diritti Umani. Il maggior numero di non conformità rilevate lo scorso anno è essenzialmente dovuto al fatto che gli audit condotti nel 2015 (61) sono stati più numerosi rispetto a quelli condotti nel 2014 (37) e nel 2013 (37).

	2015	2014	2013
Ambiente	27 (22)	14 (12)	13 (3)
Discriminazioni	5 (3)	2 (2)	2 (1)
Etica del Business	38 (35)	18 (18)	32 (19)
Lavoro Forzato	8 (7)	5 (4)	5 (4)
Lavoro minorile	7 (5)	8 (8)	11 (5)
Libertà di Associazione	2 (2)	2 (2)	5 (1)
Orari di Lavoro	33 (27)	23 (20)	34 (19)
Paghe	22 (18)	6 (3)	11 (7)
Pratiche Disciplinari	5 (4)	4 (3)	2 (1)
Salute e Sicurezza	130 (115)	79 (68)	79 (31)

(in parentesi i dati relativi a fornitori che operano anche per la BU Brasile)

Per tutte le non conformità riscontrate, sono stati redatti specifici piani di azioni correttive che definiscono, tra le altre, le modalità e le tempistiche di soluzione. L’attuazione di detti piani è costantemente monitorata dai membri del JAC².

Il 22 gennaio 2015 si è tenuto a Suzhou (Cina) il quarto Forum annuale con i fornitori coinvolti nel programma JAC sul tema: “Transparency of the Supply Chain”. All’evento hanno partecipato circa 150 delegati, in rappresentanza dei membri del JAC, dei fornitori, organi di stampa, Enti attivi nel campo della sostenibilità e ONG.

Iniziative di coinvolgimento

È ormai consolidato l’utilizzo del Portale Fornitori (Vendors Hub), avviato a fine 2011 con lo scopo di migliorare la comunicazione e ottimizzare i processi operativi, applicando le logiche del social networking al contesto di business. Il Portale conta circa 3.500 vendor abilitati alla piattaforma applicativa.

Il ricorso al Portale consente al fornitore di accedere ad un’area riservata con visibilità sui principali dati ed eventi rilevanti nella relazione con Telecom Italia e gestire direttamente tutte le informazioni che lo riguardano con rilevanti vantaggi in termini di fluidità e trasparenza. All’interno del Vendors Hub è attiva anche un’area pubblica contenente informazioni destinate ai fornitori potenziali.

¹ 52 sui fornitori di Telecom Italia di cui 23 nel solo 2015.

² [G4-DMA Supplier Human Rights Assessment], [G4-HR11e] Siccome lo scopo dell’iniziativa è di aiutare i fornitori nei Paesi che presentano un maggiore rischio in termini di applicazione e rispetto dei principi di sostenibilità a migliorare le proprie performance, le non conformità portano sempre ad azioni correttive e non alla chiusura del rapporto d’acquisto.



Lo scambio della documentazione avviene in modalità elettronica (per es. offerte, ordini d'acquisto, contratti, documentazione per la qualificazione, sondaggi), riducendo così gli impatti ambientali connessi ai consumi di carta, trasporto e conservazione dei documenti.

Per il nono anno consecutivo i principali fornitori del Gruppo sono stati coinvolti nel sondaggio di soddisfazione sull'area Acquisti e, più in generale, su Telecom Italia. Il questionario online, composto da 28 domande, è rimasto attivo per 3 settimane. L'analisi ha coinvolto 1.078 fornitori attivi in Vendors Hub con una percentuale di adesione pari al 59,1%, più alta di quella registrata nelle precedenti edizioni e superiore di circa 4,2 pp a quella ottenuta nel 2014. La valutazione globale del rapporto di fornitura con il Gruppo ha ottenuto il punteggio di 81/100, con un miglioramento di 3 pp rispetto al 2014. Si consolida quindi il positivo risultato della soddisfazione registrato nelle rilevazioni passate.

Consuntivi 2015 e obiettivi 2016: Italia

[G4-DMA Non-discrimination], [G4-DMA Child Labor], [G4-DMA Forced or Compulsory Labor], [G4-DMA Security Practices], [G4-DMA Indigenous Rights], [G4-DMA Supplier Human Rights Assessment].

Consuntivi 2015 e obiettivi 2016: Italia				
INDICATORE	DETTAGLI	OBIETTIVO 2015	CONSUNTIVO 2015	OBIETTIVO 2016
% di fornitori soggetta a audit .	Somma cumulata dei fornitori ad alto rischio che hanno ricevuto un approfondito audit di sostenibilità a partire dal 2010 ¹ .	90% dei fornitori ad alto rischio come definiti nel paragrafo "iniziative di sostenibilità".	90%	80% dei fornitori ad alto rischio come definiti nel paragrafo "iniziative di sostenibilità".
% di fornitori valutata.	Fornitori che sono stati valutati con un questionario di base sull'etica. Inoltre, i fornitori appartenenti ai settori a rischio, sono valutati con un questionario più complesso ² .	100% dei fornitori qualificati, come definiti nella parte introduttiva della sezione.	100%	100% dei fornitori qualificati, come definiti nella parte introduttiva della sezione.
% del personale addetto agli acquisti che ha ricevuto formazione sui rischi ESG pertinenti alle decisioni sugli acquisti.	% di staff direttamente coinvolto nelle attività di acquisto, che ha partecipato ad almeno una sessione di formazione su tematiche ambientali, sociali e di governance.	90%	94%	90%
% di contratti contenenti clausole legate ai rischi ESG.		100%	100%	100%
% di fornitori con certificazioni ISO 14001 o equivalente.		25% dei fornitori di rete.	60% dei fornitori di rete.	50% dei fornitori di rete.
Integrazione del profilo di rischio ESG nel profilo generale di rischio del fornitore.	Tutti i fornitori qualificati e iscritti nell'Albo fornitori, sono valutati attraverso un "Key Risk Indicator " complessivo (KRI) che include anche indicatori di sostenibilità.	100% dei fornitori qualificati, come definiti nella parte introduttiva della sezione.	100%	100% dei fornitori qualificati, come definiti nella parte introduttiva della sezione.

Consuntivo 2015 e obiettivo 2016: Brasile

INDICATORE	DETTAGLI	OBIETTIVO 2015	CONSUNTIVO 2015	OBIETTIVO 2016
Gestione dei fornitori.	Numero di fornitori principali valutati in base a criteri di sostenibilità.	60	357	200

¹ Il numero dei fornitori ad alto rischio varia di anno in anno, in quanto funzione dell'ordinato annuale e del mercato d'acquisto in cui i fornitori stessi operano. Lo stesso vale in generale per quanto riguarda il numero complessivo dei fornitori appartenenti ai vari mercati d'acquisto

² Il KPI è riferito sia ai nuovi fornitori che ai fornitori esistenti in caso di rinnovo o estensione della qualificazione.



PROGETTI DI CORPORATE SHARED VALUE



DIGITALIZZAZIONE DEL PAESE



Lo scenario

Coerentemente con gli obiettivi fissati dall'Agenda Digitale 2020 e la strategia della banda ultra larga del Governo, il piano investimenti dell'Azienda è fortemente orientato a garantire la banda ultralarga fissa e mobile alla più ampia parte della popolazione italiana, riducendo il gap che ancora la separa dai paesi europei più evoluti, offrendo velocità di connessione sempre più elevate e sfruttando l'evoluzione della tecnologia.

L'obiettivo

Un accesso ultrabroadband di elevata qualità diviene un asset distintivo su cui incentrare la strategia del Gruppo, sia per consolidare la posizione attuale, sia per completare, nel medio-lungo periodo, la transizione da Telco tradizionale a Digital Telco & Platform Company, abilitatrice della vita digitale del Paese. Il piano prevede un rafforzamento del posizionamento sul multimedia entertainment che comprende, tra le altre, le attività nel campo video, music, gaming e publishing. Alla base della strategia di sviluppo del nuovo piano vi è anche la progressiva copertura di un numero sempre maggiore di aree in FTTCab e la copertura di 100 città e 51 comuni entro il 2018 con la tecnologia FTTH. Il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda Digitale, la sempre maggiore richiesta di connettività e servizi che richiedono un elevato consumo di banda in mobilità, sono supportati anche dal dispiegamento della rete LTE di TIM.

La strategia

A fine 2015 il servizio ultrabroadband fisso è disponibile in 772 comuni con una copertura complessiva delle unità immobiliari nel Paese pari al 42% che arriverà, grazie ai nuovi investimenti, all'84% a fine 2018. Il piano 2016-2018 rafforza anche il processo di trasformazione strutturale della Rete tecnica. Gli investimenti innovativi e quelli dedicati al decommissioning e alla modernizzazione del network miglioreranno sulle architetture di Rete e sul modello operativo. In ambito mobile, i piani operativi permetteranno di arrivare, nel 2018, ad una copertura LTE commerciale della popolazione outdoor superiore al 98% dall'88% attuale, sostenendo la crescita dei clienti con effetti positivi sul traffico dati. L'incremento atteso in termini di clienti sarà supportato dalle offerte bundle (fisso\mobile, voce\dati\video) che premieranno l'utilizzo di internet da differenti device (PC, TV, smartphone, tablet) favorendo al contempo la sostituzione dei vecchi terminali con quelli di nuova generazione.

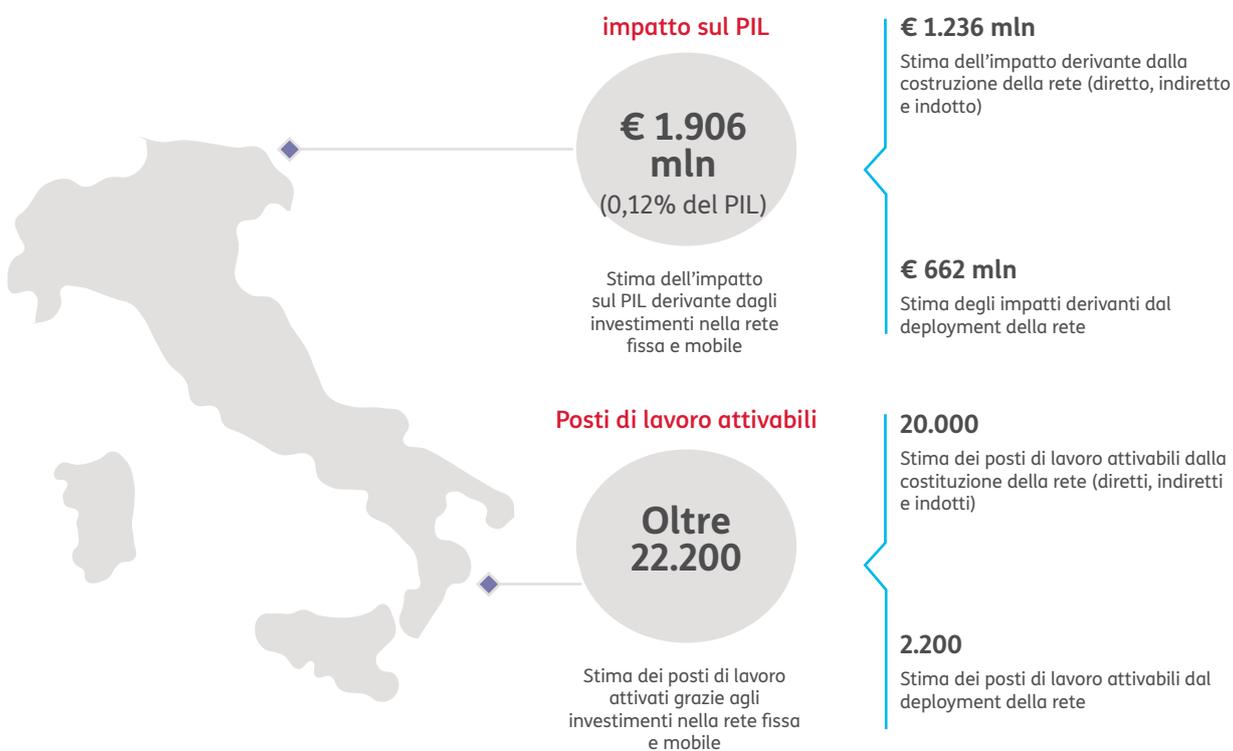


La metodologia

Il Social Value è così composto:

- ▶ 1.236 milioni di euro: investimenti del 2015 effettuati in Italia per la realizzazione della rete fissa (broadband e ultrabroadband) e della rete mobile (LTE e 3G) moltiplicati per 0,93¹.
- ▶ 670 milioni di euro: ottenuti dal PIL 2015 (stima ISTAT dicembre 2015) moltiplicato per l'aumento della penetrazione broadband e ultrabroadband del 2015 rispetto al 2014 moltiplicato per 0,0256%².

Il Business Value è dato dai ricavi broadband e ultrabroadband (fisso e mobile) di Telecom Italia S.p.A. per l'anno 2015.



¹ *Impact of broadband on the economy*, ITU, 2012 – National Broadband Plan in Germany. Il valore esprime gli euro di PIL generati per ogni euro investito per la realizzazione delle reti UBB e comprende gli impatti diretti (generati dalle imprese che costruiscono reti), indiretti (generati dalle imprese fornitrici) e indotti (generati dai maggiori consumi derivanti dagli impatti diretti e indiretti).

² Moltiplicatore del tasso di penetrazione dallo studio *Impact of broadband on the economy*, ITU, 2012. Il moltiplicatore utilizzato proviene dallo studio di R. Katz et al. (2010) ed è riferito ai Paesi con alta penetrazione (più del 31% della popolazione servita da connessioni broadband). Questo moltiplicatore stima le esternalità generate dall'implementazione della rete (ad es. per l'aumento di produttività) e indica la crescita potenziale del PIL per ogni punto percentuale di incremento della penetrazione.



IMPATTO OCCUPAZIONALE



Lo scenario

Le attività del Gruppo generano lavoro diretto a oltre 52mila persone in Italia. Questo significa che ogni 225 dipendenti del settore privato uno appartiene a Telecom Italia. Il fenomeno assume dimensioni certamente maggiori se si considerano i dipendenti indiretti, ossia quelli che operano su progetti connessi alle attività del Gruppo. Complessivamente si stima che circa 110 mila unità, corrispondenti all'incirca all'1% dei dipendenti dell'intero settore privato, rappresentano il lavoro diretto ed indiretto attribuibile al Gruppo in Italia.

Occupazione diretta: l'impatto diretto sull'occupazione è misurabile in base al numero dei suoi dipendenti. L'Azienda in Italia può contare su una forza lavoro di 52.554 al 31/12/2015.

Occupazione indiretta: può essere stimata in quella parte della forza lavoro della catena di fornitura che possiede interdipendenze strutturali per il business di Telecom Italia. I lavoratori impiegati indirettamente dall'Azienda sono stimati in circa 57 mila unità.

La metodologia

Il Social Value è dato da:

- ▶ 2.754 milioni di euro: contributo diretto alle famiglie della Business Unit Domestic.
- ▶ 1.437 milioni di euro: contributo indiretto alle famiglie¹.
- ▶ 4.246 milioni di euro: contributo indiretto alle imprese² e alla PA.

¹ Per il calcolo puntuale sono state considerate le retribuzioni contrattuali delle categorie merceologiche dei fornitori.

² Il valore si compone delle risorse economiche distribuite alle imprese fornitrici in Italia al netto del contributo indiretto alle famiglie.



Il valore generato

Posti di lavoro diretti e indiretti circa 110.000



Posti di lavoro diretti

Circa 53.000

Questo significa che...Ogni 225 dipendenti del settore privato, 1 appartiene a Telecom Italia

- **Circa € 2.754 mln** il contributo diretto alle famiglie

Posti di lavoro indiretti

Circa 57.000*

Ossia dipendenti appartenenti a tutti i fornitori di Telecom Italia (che operano su progetti connessi alle attività di Telecom Italia)

- **Circa € 1.437 mln** di contributo indiretto alle famiglie
- **Circa € 4246 mln** il contributo indiretto alle imprese e PA

Valore generato: 8.437 mln €

* Fonte dati BS (dati di indotto aggiornati al 2014)



BREVETTI



Lo scenario

Dal punto di vista di una singola impresa, i brevetti sono uno strumento commerciale per proteggere i propri investimenti in ricerca e innovazione e acquisire risorse economiche supplementari attraverso la gestione economica dei diritti di uso. In pratica, un brevetto determina un concreto arricchimento di un'azienda, oltre che accrescerne la posizione di forza sul mercato. Tuttavia i brevetti rappresentano un patrimonio importante per un intero sistema Paese. Questo essenzialmente per due motivi:

- la brevettazione promuove una più ampia diffusione del sapere attraverso la pubblicazione;
- la brevettazione aiuta le imprese a monetizzare le loro innovazioni e a crescere.

La standardizzazione tecnica nel settore ICT è una sintesi chiara dei due fenomeni appena esposti.

Il progetto Brevetti rappresenta per Telecom Italia un'attività continuativa che si articola in numerosi processi, che coinvolgono diverse funzioni aziendali.

Le aree di innovazione delle funzioni TILAB e Strategy & Innovation contribuiscono in gran parte alla produzione brevettuale aziendale, spesso avvalendosi di collaborazioni con i maggiori poli universitari italiani, offrendo quindi stimolo alla produzione brevettuale anche in ambito nazionale. La funzione Affari Legali fornisce supporto alla stesura dei brevetti, grazie ad un team di esperti in grado di approfondire con gli inventori l'originalità e brevettabilità dell'idea, seguirne l'intero ciclo di vita e di esplorarne le opportunità di monetizzazione.

La strategia

A fine 2015 il portafoglio brevetti del Gruppo si è arricchito di 33 nuovi depositi e parecchie decine di ulteriori proposte in sede di valutazione, rafforzando un trend in crescita negli ultimi 3 anni. Le aree di brevettazione riguardano l'intero comparto ICT con punte di eccellenza nel comparto mobile.

Dal 2014 è stato inoltre avviato un nuovo processo di valorizzazione del portafoglio brevetti negli standard, partendo dalla consapevolezza che l'attività di brevettazione e quella normativa possano interagire in sinergia generando valore sia alla collettività, grazie all'incremento del patrimonio di conoscenza, sia alle società detentrici dei brevetti. Grazie a tale processo ad oggi 14 brevetti risultano essere componenti essenziali di tecnologie standard.

Più in dettaglio:

- 3.143 brevetti posseduti da Telecom Italia a dicembre 2015 (667 depositati e 476 riconosciuti)
- 33 brevetti concessi nel 2015
- 174 brevetti nati dalla collaborazione con università e istituti di ricerca dall'avvio della collaborazione (1997) ad oggi.



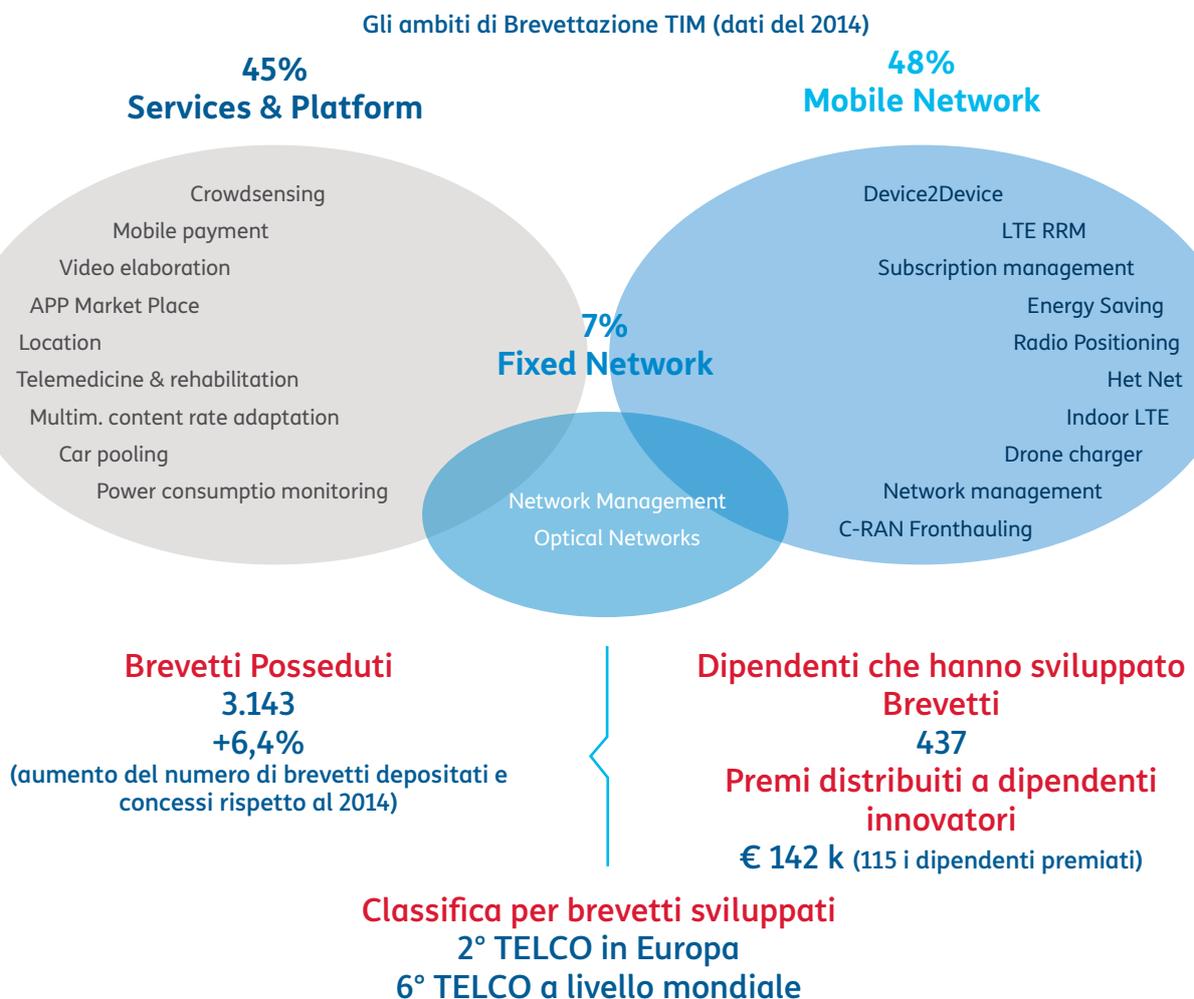
Un simile processo di stimolo alla brevettazione e alla sua valorizzazione è previsto anche in Brasile, attraverso il supporto alla nascita di un nuovo centro di eccellenza sull'innovazione all'interno della realtà di TIM Brasil. Per valorizzare gli sforzi compiuti in questi anni, inoltre, la fusione People Value ha avviato una politica volta a premiare annualmente gli autori dei brevetti concessi e di quelli depositati nell'anno precedente. L'impegno del Gruppo nell'innovazione tecnologica che si manifesta tramite i brevetti rappresenta un patrimonio comune di una società in continua evoluzione.

La metodologia

Il Social Value, pari a 142.000 euro, si riferisce ai premi distribuiti ai dipendenti innovatori.

Il Business Value, pari a 450.000, euro è così composto:

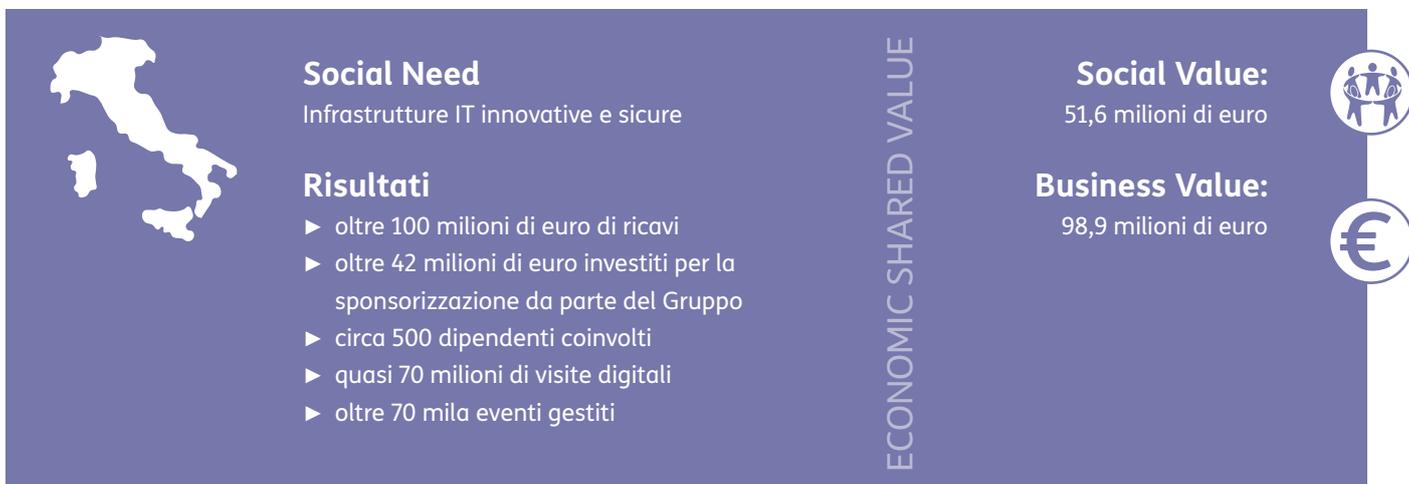
- ▶ 250.000 euro: ricavi di licensing di un contratto globale di 2,2 milioni di euro in 4 anni (2015-2018).
- ▶ 200.000 euro: ricavi per risarcimenti per violazione dei diritti di brevetto.



- La “politica” di Telecom Italia utilizzata per i brevetti prevede di farne una misura della capacità innovativa e uno strumento di “difesa” e “competizione”. Ove possibile il Gruppo procede ad una valorizzazione economica prediligendo il licensing e la partecipazione a planet pool e ricorrendo alla vendita solo in casi particolari.
- Il numero di dipendenti si riferisce a coloro che hanno sviluppato almeno un brevetto.



EXPO 2015



Lo scenario

L'Azienda, investendo oltre 42 milioni di euro, è diventata Integrated Connectivity & Services Partner, con un ruolo centrale nell'implementazione e nella gestione di tutte le infrastrutture di Information & Communication Technology della manifestazione.

Telecom Italia è stato il primo Official Global Partner scelto da Expo 2015, fornendo le infrastrutture e soluzioni tecnologiche all'avanguardia mettendo a disposizione la propria esperienza di operatore internazionale per accogliere ospiti e partecipanti dei diversi Paesi.

La partnership ha riguardato il supporto da parte di Telecom Italia allo sviluppo di una città sostenibile e intelligente – la prima Smart City del futuro – di cui il sito espositivo è stato un esempio.

Nell'ambito del progetto, il Gruppo ha provveduto alla dotazione di infrastrutture di rete fissa, mobile e IT, alla fornitura di soluzioni tecnologiche di ultima generazione, comprendenti i servizi di mobile-payment, mobile-ticketing e soluzioni smart per i visitatori e le PA.

L'infrastruttura di rete mobile

- Copertura dell'intero sito espositivo tramite LTE broadcasting.
- 137 Terabyte di dati scaricati nel sito Expo e oltre 16 milioni di chiamate TIM, più del 70% di traffico su LTE.

L'infrastruttura di rete fissa

- Generato quasi 1 Petabyte di dati (972 Terabyte) sull'intera rete internet realizzata ad hoc.
- Quasi 285 Terabyte a supporto della rete Wi-Fi, con picchi di quasi 25.000 utenti contemporanei.

Il Cloud

- Oltre 90 servizi applicativi «mission critical» gestiti nel cloud.
- Oltre 21 milioni di biglietti emessi nel cloud.

I sistemi digitali

Expo Milano 2015 è stata anche la prima Esposizione Universale Digitale. Soluzioni tecnologiche avanzate, in gran parte fornite dal Gruppo, hanno aiutato a promuoverne e diffonderne i contenuti sulle piattaforme web. L'Expo Digitale offerto ha registrato 70 milioni di visite.



Anche all'interno del sito espositivo la visita è stata arricchita da strumenti digitali: tramite la piattaforma di gestione offerta sono stati gestiti più di 10 milioni di sessioni e oltre 1,7 milioni di foto selfie inviate dai visitatori.

La Centrale di Comando e Controllo (EC3)

Il Gruppo ha realizzato l'innovativa e complessa EC3, una sorta di cabina di regia esterna al sito espositivo, che ha assicurato, integrata con le Forze dell'ordine, la gestione operativa dell'evento.

Su richiesta di Expo 2015, Telecom Italia ha svolto anche il ruolo di Security Operations Center per la gestione operativa della sicurezza informatica dell'evento. Grazie alla piattaforma tecnologica di security, all'efficienza del processo di gestione incidenti concordato alla collaborazione tra i vari attori coinvolti e all'efficacia delle contromisure, il volume degli incidenti informatici è stato ridotto di oltre l'80% tra l'inaugurazione e la conclusione e non sono occorsi incidenti classificabili come critici.

La metodologia

Il Business Value rappresenta l'ammontare dei ricavi di Telecom Italia derivanti da Expo 2015.

Il Social Value, pari a 51,6 milioni di euro, è così composto:

- ▶ 32,1 milioni: valorizzazione della sponsorizzazione in kind per Expo 2015.
- ▶ 10 milioni: sponsorizzazione Expo 2015.
- ▶ 6,5 milioni: contributo indiretto¹ a imprese e famiglie.
- ▶ 2,5 milioni: PIL generato dall'ammontare degli investimenti per la costruzione della rete in Expo 2015 moltiplicato per 0,93².
- ▶ 0,5 milioni: valorizzazione della sponsorizzazione in kind del Padiglione Italia.

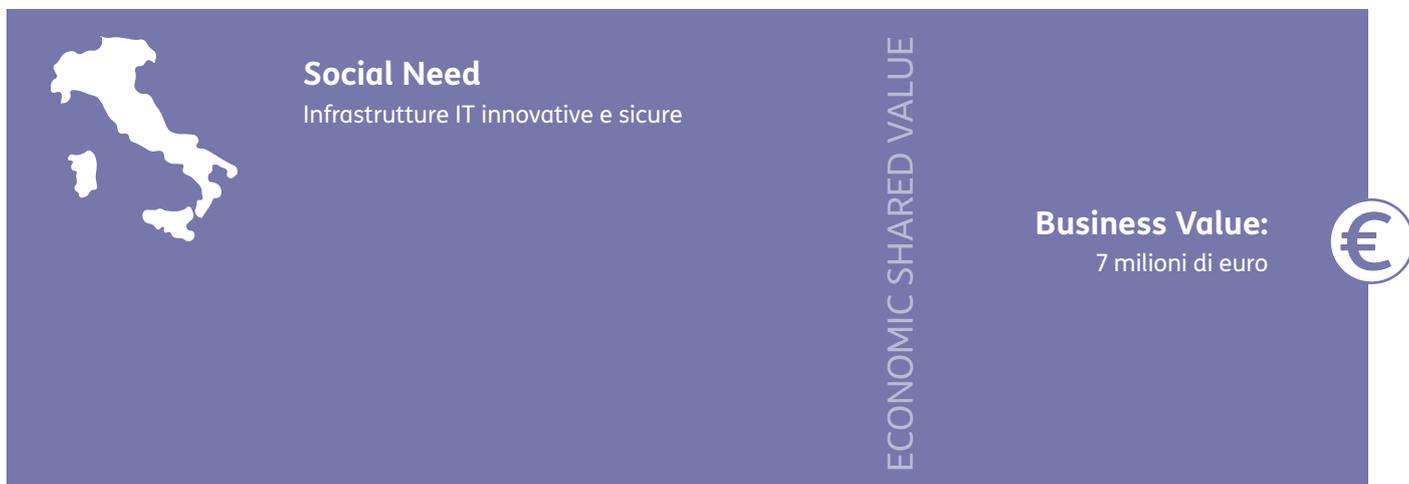


¹ Per il calcolo puntuale sono state considerate le retribuzioni contrattuali delle categorie merceologiche dei fornitori oltre alle risorse economiche distribuite alle imprese fornitrici in Italia, al netto del contributo indiretto alle famiglie.

² Impact of broadband on the economy, ITU, 2012 – National Broadband Plan in Germany. Il valore esprime gli euro di PIL generati per ogni euro investito per la realizzazione delle reti UBB e comprende gli impatti diretti (generati dalle imprese che costruiscono reti), indiretti (generati dalle imprese fornitrici) e indotti (generati dai maggiori consumi derivanti dagli impatti diretti e indiretti).



EXTENDED EXPO 2015



Lo scenario

Con il progetto Extended Expo, nato dalla volontà di estendere a tutto il territorio nazionale le best practices, in termini di soluzioni IT innovative realizzate per Expo Milano 2015 e per i Paesi partecipanti all'Esposizione Universale, sono stati realizzati oltre 500 contratti con aziende pubbliche e private per un valore di quasi 7 milioni di euro di ricavi.

Le oltre 500 aziende che hanno aderito al progetto Extended Expo hanno avuto a disposizione uno strumento innovativo (app mobile, portale web o soluzione di firma digitale) per affacciarsi nel mondo della Smart City e dare maggiore visibilità ai propri servizi e prodotti al cliente finale.

La metodologia

Il Business Value è dato dagli oltre 500 contratti stipulati a valle dell'evento.



PARTNERSHIP CON DIGITAL CHAMPIONS



Lo scenario

Il Digital Champion è una carica istituita dall'UE nel 2012. È un ambasciatore dell'innovazione, nominato da ciascuno Stato Membro e dalla Commissione Europea, allo scopo di promuovere i benefici di una società digitale inclusiva. I Digital Champions lavorano con i cittadini, le comunità, le imprese, i governi e il mondo accademico, promuovendo la diffusione del digitale nelle comunità, attraverso la promozione di competenze digitali in materia di istruzione e la promozione di servizi di e-government. Il Digital Champion italiano in carica, Riccardo Luna, ha deciso di nominare un digital champion in ogni comune italiano e ha lanciato il sito digitalchampions.it, punto di riferimento per la rete di attivisti, volontari, appassionati di digitale, con il compito di mobilitare il Paese.

La tecnologia digitale è il mezzo che abilita il cambiamento della società e l'iniziativa Digital Champions affronta il tema del digitale, sia come agente abilitante, che in termini di educazione e formazione, contribuendo a creare valore sociale (alfabetizzazione, educazione al digitale) ed allo stesso tempo valore economico (apertura di nuovi mercati/clienti).

Il Gruppo è socio fondatore dell'Associazione e in occasione della cerimonia di fondazione avvenuta il 20 novembre 2014 è stato riconosciuto come primo partner industriale. La vicinanza a questo progetto è mirata a stabilire una collaborazione fattiva con la rete di innovatori italiani presenti su tutto il territorio nazionale.

Digital Championship è il digital talent show ideato e realizzato assieme all'Associazione Digital Champions. Un tour di 6 tappe in occasione delle quali vengono ogni volta selezionati 5 Talenti Digitali del territorio che illustrano 5 best practice, in 6 minuti a testa, al fine di condividerle sui social e renderle replicabili.

Attraverso open call territoriali sono stati raccolti 100 progetti; per ognuna delle 6 tappe ne sono stati selezionati 5 che, durante l'evento live, hanno ricevuto le votazioni e i commenti di 4 giudici, 2 top manager del Gruppo e 2 personalità di spicco del territorio di riferimento.

Tutti gli appuntamenti sono stati trasmessi in streaming live e on demand su telecomitalia.com/digitalchampionship.

Alcuni numeri del progetto

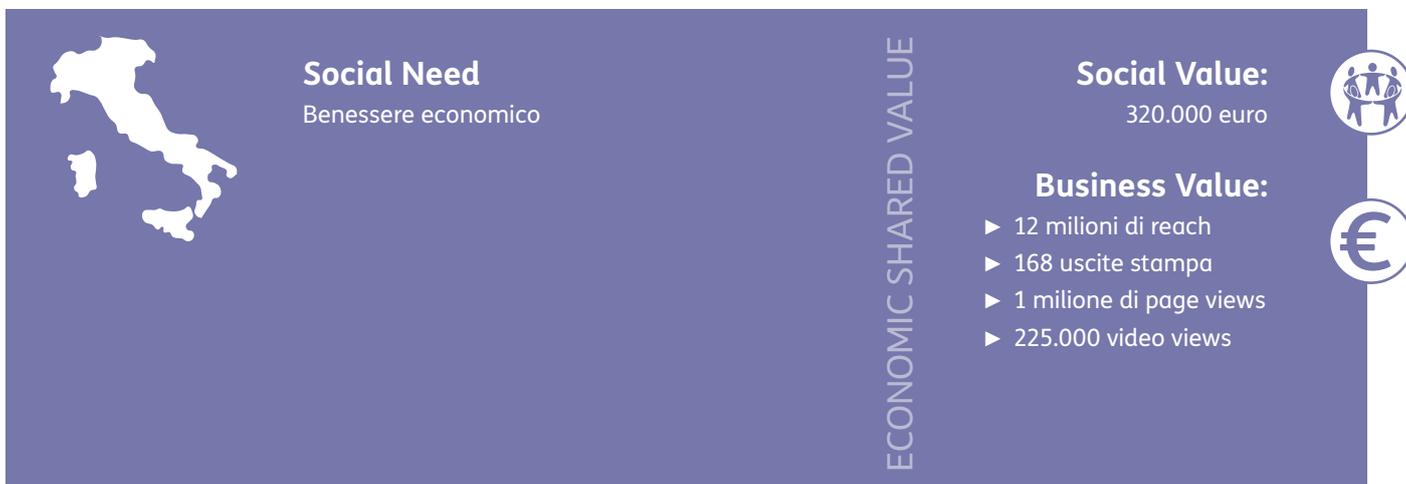
- 5.205 utenti streaming (live + on demand) anno 2015;
- 1.450 partecipanti fisici agli eventi anno 2015;
- 104.655 conversazioni generate su Twitter anno 2015;
- 300 dipendenti coinvolti.

La metodologia

Il Social Value è dato dagli investimenti effettuati da Telecom Italia per sostenere il progetto.



WithYouWeDo



Lo scenario

WithYouWeDo mette a disposizione di cittadini ed enti del terzo settore o del non-profit, uno strumento digitale e innovativo di raccolta fondi, con alcuni vantaggi tangibili rispetto alle altre piattaforme di crowdfunding già presenti sul mercato, coadiuvando progetti nei campi del sociale, della cultura e dell'ambiente. Non sono previste commissioni sull'importo donato e sono a disposizione dei partecipanti le condizioni aziendali previste per il Gruppo, che abbattano i costi per le transazioni sui sistemi di pagamento. Per partecipare basta effettuare la registrazione al sito WithYouWeDo.telecomitalia.com e proporre il proprio progetto sul portale. Il team di WithYouWeDo, composto di esperti dell'Azienda e specialisti di piattaforme di crowdfunding, verifica e seleziona quelli ritenuti più idonei per ciascuna delle aree proposte (Innovazione Sociale, Ambiente, Cultura Digitale). I progetti selezionati vengono pubblicati online per almeno tre mesi, durante i quali si possono reperire i finanziamenti offerti dai donatori interessati. L'Azienda garantisce un forte supporto di comunicazione e visibilità alle iniziative, attraverso le numerose community di riferimento ed attività speciali dedicate.

Per donare è sufficiente registrarsi sulla piattaforma fornendo la propria mail e una password, o utilizzando il proprio account Facebook, Google o LinkedIn. Le donazioni possono partire da 2 euro e raggiungere la soglia massima di 5.000 euro.

Alcuni numeri del progetto

- 900 donazioni
- donazione media superiore a 260 euro per persona
- media del goal dei progetti: 21.000 euro
- 2.400 utenti registrati
- 240 progetti presentati
- circa 1.000.000 pagine visitate
- circa 500.000 utenti unici
- oltre 400 proposte progettuali pervenute da enti e associazioni dal lancio a oggi
- nelle prime due call sono stati selezionati 27 dei primi 240 progetti pervenuti, a cui è stato garantito un contributo economico pari al 25% dell'obiettivo, con un massimo di 10.000 euro a progetto
- nella prima call ben 8 progetti su 15 hanno conseguito l'obiettivo previsto, raccogliendo oltre 270.000 euro (il 125% dell'obiettivo), comprensivi del contributo Telecom Italia di circa 55.000 euro.

La metodologia

Il Social Value è dato dagli investimenti effettuati da Telecom Italia per sostenere il progetto.



JOINT OPEN LAB (JOL)



Lo scenario

Il ruolo dell'innovazione diventa sempre più cruciale nelle dinamiche di crescita, performance e rinnovamento sostenibile di un'azienda, in termini di trasferimento di tecnologie avanzate verso il mercato, miglioramento sistematico del prodotto e del servizio, cambiamento radicale di un business e delle sue regole del gioco. I fattori distintivi della competitività, soprattutto in periodi di crisi finanziaria e industriale, sono sempre più legati a quanto un'azienda sia capace di innovare ed investire in innovazione.

In questo nuovo contesto i JOL ricoprono un ruolo chiave. Con il modello di "company on campus" incoraggiano una naturale osmosi tra mondo accademico ed industriale, in cui la co-progettazione ed il co-sviluppo delle soluzioni innovative diventano non il semplice risultato di un processo ma la sua fondamentale ragione di esistere.

La strategia

Telecom Italia ha avviato, all'interno della funzione di Innovation & Industry Relations, l'innovativo modello di cooperazione, promuovendo la realizzazione di diversi JOL distribuiti sul territorio nazionale e localizzati all'interno delle università italiane. In questo contesto le università svolgono un ruolo di terza missione, per favorire l'applicazione diretta, la valorizzazione e l'impiego della conoscenza e per contribuire allo sviluppo sociale, culturale ed economico della società.

Con i JOL, Telecom Italia è stata anticipatrice del paradigma della Open Innovation, in cui le nuove idee possano provenire da molteplici fonti, non sempre interne ai perimetri organizzativi classici. Una contaminazione diretta e continuativa, con un ecosistema allargato di attori, incoraggia una apertura del processo di creazione del valore che diventa veicolo indispensabile per sviluppare una intra-prenditorialità, che genera nuove opportunità per l'Azienda.

L'impronta multidisciplinare nelle partnership ha favorito, inoltre, un travaso di conoscenze e approcci al lavoro capaci di caratterizzare le nuove idee di business.

Grazie ai risultati ottenuti, alla partecipazione e coinvolgimento dell'ecosistema creato, il progetto JOL è stato rinnovato anche per il triennio 2016-2018, con la previsione di ampliamento a tre nuovi atenei italiani.

Nel triennio appena concluso (2013-2015), Telecom Italia grazie ai JOL ha ottenuto importanti risultati su sei direttrici di valore:

- market proposition: più di 10 idee innovative che nei JOL si sono trasformate in mature proposizioni di business e opportunità commerciali;
- financials: oltre 5 milioni di euro di finanziamenti a Telecom Italia, 1,6 milioni di euro di finanziamenti da parte dell'Azienda all'ecosistema universitario con cui collaborano i JOL;



- knowledge: 27 brevetti depositati, 4 brevetti depositati in ente di standardizzazione MPEG, 1 brevetto oggetto di SpinUp,
- international footprint: collaborazione con oltre 30 centri di eccellenza ed università estere, oltre 15 nazionalità nei team che compongono i JOL;
- way of working: travaso di nuove metodologie di lavoro applicate all'innovazione per l'accrescimento delle competenze interne all'Azienda;
- brand reputation: oltre 250 pubblicazioni, più di 20 eventi, 40 seminari di formazione presso i JOL, oltre 30 articoli al mese sui blog dei JOL, 2 Big Data Challenge che hanno visto coinvolti oltre 1.100 persone, 650 team internazionali e più di 40 team universitari.

La metodologia

Il Social Value è dato da:

- ▶ 450.000 euro investiti in materiali per il progetto JOL.
- ▶ 960.000 euro investiti in progetti di ricerca con le università del progetto JOL.
- ▶ 200.000 euro investiti in strutture per il programma JOL.



BANDA LARGA MOBILE



*I dati sopra riportati sono una prima stima soggetta ad approfondimenti successivi.

Lo scenario

In Brasile a fine 2014 si sono registrate 24 milioni di connessioni broadband fisse e 158 milioni di connessioni broadband mobili¹, che contribuiscono per circa l'87% alla diffusione della banda larga.

In questo contesto, TIM Brasil offre ai propri clienti soluzioni che permettono di rendere più efficienti i processi, migliorare l'innovazione tecnologica e aumentare la competitività ampliando contestualmente il numero dei posti di lavoro disponibili. TIM Brasil influenza quindi positivamente lo sviluppo della società brasiliana.

Tutti questi fattori generano un impatto positivo sul benessere e sulla crescita del prodotto interno lordo (PIL).

Un autorevole studio "The Mobile Economy - Latin America 2014" condotto dalla GSM Association ha evidenziato che in tutto il Sud-America l'incidenza del settore della telefonia mobile sull'andamento del PIL complessivo è rilevante e in costante crescita; più precisamente:

- nel 2013 il mobile valeva il 4,1% del PIL complessivo.
- nel 2020 la percentuale salirà al 4,5%.
- il valore relativo al 2013 è composto per l'1,35% dall'impatto diretto e per il 2,75% dall'impatto indiretto; in altre parole, l'impatto indiretto è circa il doppio di quello diretto.
- l'impatto sulla società che ne deriva è notevole. In particolare, il settore mobile impiega circa 2,2 milioni di persone, di cui circa 1 milione di posti di lavoro diretti e circa 1,2 milioni indiretti (rapporto 1:1,27).

TIM Brasil in particolare contribuisce a produrre circa lo 0,4% del PIL brasiliano (calcolando solo l'impatto diretto; considerando anche l'indiretto, si arriva ad un valore complessivo di 1,1%). Le attività dell'Azienda generano lavoro diretto per circa 13.000 persone in Brasile, mentre si stima che l'impatto indiretto in termini di posti di lavoro generati sia di circa 17.000 unità (superiore alla media Sud-America).

Nel 2015 gli sforzi di TIM Brasil si sono concentrati su quattro capisaldi:

- espansione: incremento della capacità delle antenne esistenti, installazione di nuove antenne e ampliamento della rete in fibra ottica;
- ottimizzazione della rete: adeguamento delle attrezzature e dei processi per minimizzare i rumori e le interferenze;
- flessibilità: misure preventive per evitare interruzioni del servizio;
- servizio al cliente: espansione e potenziamento dei canali di servizio.

¹ Totale connessioni 3G e 4G



I progetti relativi alla rete includono l'espansione della fibra ottica e una serie di misure integrate per rispondere alla crescente richiesta nazionale di trasmissione dati.

Nei prossimi anni il focus sarà sulla rete dati ad alta velocità (mobile broadband), con l'utilizzo di tecnologie 3G+ e 4G. A fine 2015 sono state raggiunte 411 città.

Solo nel biennio 2014-2015 gli investimenti in infrastrutture innovative sono stati oltre 2 miliardi di euro ed il piano previsto nel triennio 2016-2018 prevede circa 4 miliardi di euro in investimenti quasi interamente rivolti a una maggiore copertura 4G del Paese

La metodologia

Il Social Value è dato da:

- oltre 5 miliardi di euro: stima dell'impatto delle attività di TIM sul PIL del Brasile; più in dettaglio l'impatto diretto delle telecomunicazioni mobili è pari all'1,35%¹ del PIL locale. A tale valore è stata applicata la market share di TIM a fine 2015 (26,2%). Volendo considerare anche l'impatto indiretto il valore sarebbe di oltre 14 miliardi di euro (1,1% del PIL).
- Oltre 13.000 posti di lavoro diretti che aumentano a circa 30.000 considerando l'impatto indiretto.

Il Business Value è dato dal fatturato dei servizi innovativi.

¹ The Mobile Economy – Latin America 2014. GSMA.



TUTELA DELL'AMBIENTE



Proteggere l'ambiente, migliorare l'efficienza energetica e offrire servizi in grado di ridurre le emissioni di gas ad effetto serra ed altri inquinanti sono le direttrici di intervento fondamentali del Gruppo per favorire lo sviluppo sostenibile nelle proprie aree di influenza. Le azioni specifiche messe in atto sono quindi volte a ridurre i propri impatti ambientali e a proporre soluzioni tecnologiche rivolte alle persone, alle imprese e alle pubbliche amministrazioni per la realizzazione di una società digitale, più inclusiva e vivibile.

Lo stakeholder Ambiente è rappresentato dalle generazioni future e dal loro diritto di vivere in un contesto non compromesso dagli effetti negativi determinati dallo sviluppo di quelle precedenti. L'interesse di questo soggetto collettivo si concretizza nelle istanze espresse da:

- associazioni ambientaliste nazionali e internazionali;
- Istituzioni nazionali e sovranazionali;
- la Comunità in genere, con particolare riferimento alle aree territoriali in cui Telecom Italia opera;
- associazioni di settore e organizzazioni non profit attive su tematiche di rilievo ambientale. Fra queste in particolare: CSR Europe, European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO), European Telecommunications Standards Institute (ETSI), Global e-Sustainability Initiative (GeSI), Carbon Disclosure Project (CDP), European Round Table of Industrialists (ERT), International Telecommunication Union (ITU).

Telecom Italia è attenta alle esigenze espresse dagli stakeholder interessati alla protezione dell'ambiente e ha sviluppato con essi diversi canali di comunicazione, fra cui un forum multistakeholder organizzato nell'ottobre 2015. Questo collaudato metodo di ascolto e coinvolgimento ha rafforzato la comprensione delle istanze e delle priorità degli stakeholder rispetto ai temi ambientali e ha raccolto contributi sui possibili ambiti di sviluppo.

Infine, Telecom Italia promuove e in alcuni casi coordina progetti su temi ambientali in ambito nazionale e internazionale. Una particolare attenzione viene dedicata dalle aziende del Gruppo alla lotta contro i cambiamenti climatici, testimoniata dai continui e rilevanti investimenti per la ricerca dell'efficienza energetica e dal largo ricorso all'utilizzo di energia da fonti rinnovabili. Telecom Italia è anche profondamente convinta di poter giocare un ruolo fondamentale, insieme e in sinergia con gli altri settori dell'economia, nel facilitare la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio.

Adattamento ai cambiamenti climatici e mitigazione dipendono fortemente da politiche e misure messe in campo a livello internazionale e locale e possono essere resi più efficaci attraverso lo sviluppo e l'applicazione di tecnologie adeguate. Alla luce degli obiettivi di riduzione delle emissioni di gas serra concordati a Parigi durante la COP21¹, che una volta ratificati dai Governi dovranno essere raggiunti attraverso lo sviluppo di opportune strategie d'azione e la messa a disposizione di strumenti tecnici e finanziari a supporto delle azioni, Telecom Italia si augura che il potenziale delle Tecnologie dell'Informazione e delle Comunicazioni venga riconosciuto ed integrato nei programmi di efficienza energetica dei vari settori dell'economia e nei piani nazionali di riduzione delle emissioni. In particolare auspica che vengano adottate misure ed incentivi per favorire lo sviluppo delle reti fisse e mobili ad alta velocità e che venga accelerato il processo di digitalizzazione della società in linea con le aspirazioni e le indicazioni dell'Agenda Digitale Europea.

La strategia ambientale delle società del Gruppo è fondata sui seguenti principi:

- ottimizzazione dell'utilizzo delle fonti energetiche e delle altre risorse naturali;
- ricerca continua del miglioramento della performance energetica e ambientale attraverso la minimizzazione degli impatti negativi e la massimizzazione di quelli positivi;
- adozione di politiche di acquisto sensibili alle tematiche ambientali;
- diffusione di un corretto approccio alle tematiche ambientali.

¹ La XXI Conferenza delle Parti della Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici (UNFCCC).



Per gestire in modo efficace e sostenibile i propri processi operativi caratterizzati da particolari impatti ambientali Telecom Italia si è dotata di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) certificato in base alla norma ISO 14001, i dettagli sono disponibili sul sito telecomitalia.com. In alcune realtà il Sistema di Gestione Ambientale è integrato con quello per la Gestione della Qualità basato sulla norma ISO 9001 e anche con il sistema per la Gestione della Sicurezza basato sulla norma OHSAS 18001: per tutti è stata ottenuta la relativa certificazione. La sede di Bologna Corticella ha ottenuto anche la certificazione ISO 14064. L'obiettivo principale di questa norma è fornire alle organizzazioni strumenti e procedure basati su un approccio scientifico e sistematico per quantificare, monitorare, rendicontare e convalidare o verificare inventari di emissioni di gas a effetto serra (GHG) o progetti relativi alla riduzione delle stesse emissioni. Le sedi di Roma Parco De' Medici e Bologna Corticella hanno ottenuto anche la certificazione ISO 50001¹. Per ulteriori dettagli sul tema si rinvia al sito telecomitalia.com.

CAMBIAMENTO CLIMATICO

La Green Economy viene riconosciuta come elemento trainante verso lo sviluppo sostenibile e l'eliminazione della povertà. Il settore ICT può fornire un contributo importante allo sviluppo dell'economia, miglioramento dell'efficienza energetica e alla lotta contro i cambiamenti climatici, come dimostrato da vari studi e analisi del settore ICT, recentemente riaffermato dal Rapporto SMARTer 2030², pubblicato nel 2015 dalla Global e-Sustainability Initiative.

L'approccio seguito dal Gruppo per contrastare il cambiamento climatico si fonda su tre livelli sinergici di azione:

- la riduzione delle proprie emissioni dirette e indirette di gas serra;
- il contenimento delle emissioni degli altri settori e dei clienti in generale attraverso il supporto alla dematerializzazione e l'offerta di servizi che promuovano nuovi modi di lavorare, apprendere, viaggiare e, più in generale, di vivere;
- il contributo alla diffusione di una cultura basata su un corretto approccio ai temi ambientali all'interno e all'esterno dell'Azienda.

La riduzione delle emissioni

L'impatto ambientale di Telecom Italia in termini di emissioni di CO₂ è determinato essenzialmente, come verrà illustrato nei paragrafi che seguono, da emissioni dirette derivanti dall'utilizzo di combustibili fossili, indirette per l'acquisto di energia elettrica e altre emissioni indirette dovute per esempio agli spostamenti casa-lavoro e alle trasferte effettuate in aereo dal personale aziendale.

Per quanto riguarda le iniziative di riduzione messe in atto si rinvia ai paragrafi *Performance ambientale/Energia e Performance ambientale/Emissioni*.

I rischi legati ai cambiamenti climatici

I rischi legati ai cambiamenti climatici per il settore delle telecomunicazioni hanno implicazioni di tipo fisico, economico e regolamentare con ricadute importanti perfino sull'immagine e la reputazione delle società. I cambiamenti climatici provocano alterazioni dei modelli meteorologici che possono condurre anche a situazioni estreme.

In Italia, in particolare, negli ultimi anni si sono verificati fenomeni esondativi di notevole portata che hanno avuto un impatto devastante su vaste aree di territorio, città e infrastrutture.

Le installazioni, le infrastrutture di rete e i Data Centre di Telecom Italia sono distribuiti su tutto il territorio nazionale, e l'Azienda considera quello di esondazione uno dei rischi fisici più seri e con la maggiore probabilità di verificarsi.

¹ L'efficienza energetica del data centre di Rozzano 2 è attestata dal valore del PUE (Power Usage Effectiveness) certificato nel 2014 e pari a 1,66, che può essere considerato un buon valore per un data centre costruito fra il 2008 e il 2010. Il valore del PUE degli altri data centre non è ancora stato certificato.

² Il rapporto "SMARTer2030: ICT Solutions for 21st Century Challenges" rappresenta l'aggiornamento degli studi SMART2020 e SMARTer2020 pubblicati rispettivamente nel 2008 e nel 2012 dalla Global e-Sustainability Initiative.



Gli effetti valutati consistono in danni che vanno dalla riduzione d'uso fino alla perdita delle proprietà e, nel caso estremo, all'azzeramento della capacità di fornire il servizio alla clientela.

Per evitare o limitare i danni potenziali, nuove centrali e gli edifici di Telecom Italia sono costruiti a distanza di sicurezza da fiumi e bacini d'acqua in genere, e per garantire la continuità del servizio la rete è progettata considerando adeguati livelli di resilienza e ridondanza.

In Italia la situazione dell'infrastruttura di rete, con particolare attenzione alle zone caratterizzate da un elevato livello di rischio idro-geologico, viene monitorata attraverso il sistema aziendale Ci.Pro. (Civil Protection) che utilizza una base dati di informazioni relative al territorio e alle infrastrutture che viene continuamente aggiornata ricercando la rapida pianificazione degli interventi che si rendono necessari.

In ultimo, i rischi fisici a cui gli asset aziendali sono comunque soggetti, vengono gestiti tramite una copertura assicurativa che tenga conto del valore delle strutture e degli apparati come pure degli eventuali effetti che tali fenomeni catastrofici causerebbero sul servizio.

Le condizioni climatiche mutevoli danno origine sempre più a condizioni meteorologiche estreme e TIM Brasil ha sviluppato tecnologie e applicazioni per il monitoraggio efficace e continuo, soprattutto nelle aree a maggior rischio. La Società ha inoltre fatto forti investimenti in infrastrutture e tecnologie avanzate, non solo per garantire la continuità e la qualità del servizio offerto ai propri clienti, ma anche per aumentare l'efficienza e ridurre i consumi associati alle proprie operazioni.

Al momento in Brasile la maggior parte dell'energia elettrica viene generata da centrali idroelettriche. Periodi prolungati di siccità possono portare ad una diminuzione anche drastica della disponibilità di energia elettrica, oltre che all'aumento del costo della stessa e al ricorso sempre maggiore ai combustibili fossili. La diminuita disponibilità di acqua nei bacini idrici potrebbe portare al razionamento dell'energia e a fluttuazioni significative del costo per kWh.

In Brasile, dal punto di vista legislativo, la politica nazionale sui cambiamenti climatici, che è stata definita nel 2009 ed è regolata dai decreti No. 7.390/2010 e 7.643/2011 e integrata dai piani settoriali di mitigazione e adattamento ai cambiamenti climatici, prevede per il 2020 una riduzione delle emissioni di gas serra compresa tra 36,1% e 38,9%. Il settore delle telecomunicazioni non è per il momento direttamente coinvolto, ma potrebbe esserlo in un futuro non lontano. Negli stati di São Paulo e Rio de Janeiro, quelli in cui sono maggiormente concentrate le attività industriali e commerciali del Paese, sono state promulgate specifiche leggi statali sui cambiamenti climatici: è possibile che venga in futuro richiesto anche a TIM di sviluppare un proprio piano di riduzione delle emissioni di gas serra se il settore delle telecomunicazioni dovrà contribuire ponendosi obiettivi di riduzione quantitativi, anche se su base volontaria.

Una parte considerevole delle emissioni di TIM è legata ai consumi di energia elettrica, soprattutto da parte dell'infrastruttura di rete. Le politiche che riguardano il settore energetico tendono a far aumentare il costo dell'energia, e tali aumenti vengono a loro volta trasferiti agli utilizzatori e quindi a TIM (anche se il costo dell'energia elettrica rappresenta poco più del 5% del totale dei costi operativi), che potrebbe veder aumentare il costo dei beni e dei servizi che acquista dai propri fornitori.

Condizioni climatiche estreme come tempeste di elevata intensità e frequenza possono danneggiare l'infrastruttura di rete, in particolare le torri e i tralicci di trasmissione, aumentando i costi di gestione e di assicurazione contro i rischi e causando riduzione della copertura, indebolimento del segnale e interruzioni del servizio. Anche variazioni nel tasso di umidità e salinità dell'aria possono ridurre la vita utile delle apparecchiature. Inoltre un aumento della temperatura media potrebbe avere come conseguenza un maggiore consumo di energia elettrica per i sistemi di condizionamento e refrigerazione. Possibili inondazioni rendono difficoltosi gli spostamenti del personale e l'operatività, diminuendo l'efficienza del sistema.

Le opportunità legate ai cambiamenti climatici

Il settore ICT è chiamato a svolgere un ruolo importante nella lotta ai cambiamenti climatici favorendo la sostituzione di prodotti fisici e servizi tradizionali con prodotti e processi digitali (cfr. anche il capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Ricerca e sviluppo e servizi innovativi*), in grado di favorire la dematerializzazione della società, riducendo l'esigenza di spostamento fisico di persone e cose.



A titolo di esempio:

- i servizi di audio/videoconferenza e il telelavoro riducono la necessità di spostamenti fisici delle persone;
- la fatturazione e i pagamenti online, oltre a permettere il risparmio di carta e quindi dell'energia relativa alla produzione e al trasporto, eliminano gli spostamenti per effettuare i pagamenti;
- i servizi di telemedicina riducono la necessità di incontri medico-paziente;
- i sistemi di infomobilità, utilizzando informazioni ottenute da terminali mobili, permettono di ottimizzare i flussi di traffico riducendo i tempi di percorrenza e le emissioni di gas serra;
- i sistemi di monitoraggio e analisi dei consumi consentono di ottimizzare l'efficienza energetica di uffici e abitazioni.

Il miglioramento dell'efficienza, i risparmi ottenibili in termini economici e la riduzione degli impatti sull'ambiente associati all'utilizzo di tali servizi rappresentano un'interessante opportunità di business per l'Azienda, vista anche la sensibilità dei suoi stakeholder e dei cittadini in generale verso la necessità di abbattere in modo significativo le emissioni di gas serra per garantire un futuro sostenibile al pianeta e alla società. Un esempio è riportato nel box relativo al Programma Territorio Digitale.

Anche in Brasile, il cambiamento climatico può influenzare il comportamento degli investitori che tendono sempre di più a dare priorità alle aziende trasparenti in relazione alla gestione delle proprie emissioni e dimostrano di saper valutare e anticipare i rischi potenziali e cogliere le opportunità. A testimonianza del proprio impegno TIM Participações S.A. nel 2015 è stata confermata nel BM&FBovespa's Corporate Sustainability Index (ISE) per l'ottavo anno consecutivo, e nel gennaio 2016 nel Carbon Efficient Index, ICO_2 , per il sesto anno consecutivo.

TIM Brasil ritiene che in un futuro non lontano la legislazione brasiliana renderà obbligatoria la comunicazione delle proprie emissioni di gas serra per diversi settori industriali. In tal senso vengono quantificate e comunicate in modo trasparente le proprie emissioni fin dal 2008, oltre a rispondere al questionario CDP dal 2007 e partecipare al programma nazionale EPC (Empresas pelo Clima) dal 2010 e questo potrebbe costituire un vantaggio competitivo.



Programma Territorio Digitale (2012–2014) e suo sviluppo in Digital Life (2015–2017)

Nell'ambito dei servizi indirizzati al settore pubblico, Telecom Italia in conformità all'ADI (l'Agenda Digitale Italiana) e alle Direttive europee, ha sviluppato la sua offerta di Smart Services (famiglia di servizi per l'efficienza energetica e i servizi digitali della città) che ha prodotto ricavi per 1.140.000 euro nel 2013 e 2.000.000 di euro nel 2014.

Sempre nel 2013 Telecom Italia ha avviato una razionalizzazione dell'offerta Smart Services cui ha affiancato Urban Security e Nuvola It Energreen, che erogano nuovi servizi dedicati alla sicurezza, all'ambiente e alla gestione ottimale dell'energia, fornendo una risposta globale alle esigenze del territorio e delle città. L'obiettivo è promuovere il modello di "città intelligente" (Smart City) per il miglioramento della qualità della vita attraverso lo sviluppo di servizi digitali innovativi. Il programma Digital Life nel 2015 ha prodotto ricavi pari a 2,5 milioni di euro. Faranno parte del Programma Digital Life e rappresenteranno i Service Elements per la realizzazione delle Smart Cities, le seguenti offerte¹:

Lighting Suite (sostituisce ed integra la precedente offerta Smart Town) per la gestione integrata delle reti infrastrutturali del territorio e la costruzione degli ambienti Smart City (per la descrizione si rimanda al capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale*).

Il risparmio energetico è stimabile in un range di valori tra il 15% (illuminazione prodotta con lampade ad alta efficienza, p.e. a LED) ed oltre il 30% nel caso di illuminazione prodotta attraverso lampade di vecchio tipo (p.e. a vapori di sodio o incandescenza). A questi valori va aggiunta la possibilità di modulare l'illuminazione accendendo e/o riducendo l'intensità luminosa del singolo lampione.

Assumendo per l'illuminazione pubblica un consumo medio pro capite in Italia di 107 kWh² e applicando una riduzione del 20% (la sostituzione delle lampade convenzionali con quelle ad alta efficienza è in progress in molti comuni) ad un comune di 100.000 abitanti sarebbe possibile ottenere un risparmio complessivo su base annua di 2.140.000 kWh, pari a 827 t di emissioni di CO₂ evitate³.

Smart Building ovvero le soluzioni ad hoc per la gestione intelligente e l'automazione degli edifici implementabili su base progetto tramite le componenti dell'offerta Lighting Suite e dell'offerta Nuvola IT Energreen (per la descrizione si rimanda al capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale*).

Il risparmio energetico è stimabile in circa il 10% in relazione alla sola implementazione di funzionalità Metering & Reporting, per arrivare anche oltre il 50 % per specifici progetti di efficientamento energetico.

Nuvola IT ENERGREEN, per la gestione remota dei consumi energetici, implementato su asset e servizi di Telecom Italia finalizzato al risparmio energetico. I servizi proposti sono i seguenti:

- Audit energetico on site: analisi on site per l'efficienza energetica
- Metering & Reporting
- Efficiency strategy: reportistica avanzata e servizi di consulenza di Energy Management
- Energy Cost Management Services
- Special Project: interventi ad hoc di efficientamento energetico.

Il risparmio energetico è stimabile in circa il 10% in relazione alla sola implementazione di funzionalità di Metering & Reporting, per arrivare anche oltre il 50 % per specifici progetti di efficientamento energetico.

Nuvola IT Urban Security per la gestione della sicurezza partecipata e controllo del territorio urbano

Nuvola IT Urban Security è la piattaforma Cloud del Gruppo la quale offre una suite di servizi autonomi e integrabili che permettono di monitorare e gestire on line temi importanti inerenti la città e il territorio, sia di pubblico interesse (es: mobilità, controllo stradale, agenti inquinanti) che connessi ad attività di aziende ed enti (es: ispezioni, manutenzioni).

E' una soluzione scalabile e flessibile che, da un lato, si inserisce tra le offerte per la Smart City di Telecom Italia e TIM secondo le linee guida dell'Agenda Digitale Italiana e, dall'altro, risponde alle esigenze di aziende che operano anche sul territorio (per la descrizione si rimanda al capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale*).

¹ La denominazione definitiva dei servizi offerti potrebbe variare in corso d'opera.

² Fonte: dal blog del Commissario governativo italiano per la Spending Review

³ Utilizzando il fattore di conversione 2009 per l'Italia calcolato dal GHG Protocol, pari a 0,3864 kgCO₂/kWh



Il trend di ricavi (in milioni di euro) ipotizzato da Telecom Italia per il programma complessivo nel prossimo triennio è il seguente:

- 2016: 4
- 2017: 6
- 2018: 7

PERFORMANCE AMBIENTALE

Le informazioni sulla performance ambientale sono ricavate elaborando dati gestionali, in parte oggetto di stime. I dati riportati di seguito riguardano il consumo di energia (riscaldamento, autotrazione ed energia elettrica), l'eco-efficienza, le emissioni atmosferiche, i consumi di acqua, carta e la produzione di rifiuti. Gli indicatori principali attraverso cui viene misurata la performance ambientale del Gruppo Telecom Italia nel 2015 hanno mostrato i seguenti andamenti:

Indicatore	Trend
Totale energia elettrica acquistata e prodotta	In crescita
Totale emissioni di CO ₂ in atmosfera	In crescita
Totale consumo di acqua	In crescita (*)
Eco-efficienza	In crescita

(*) Come spiegato più avanti la revisione delle modalità di rendicontazione ha fatto sì che i quantitativi consumati nel 2015 in Italia risultassero significativamente più elevati rispetto a quelli pubblicati nei Bilanci di sostenibilità degli anni precedenti. Applicando gli stessi criteri al calcolo dei consumi pregressi si riscontrerebbe invece presumibilmente una diminuzione rispetto al 2014.

Energia

[G4-EN3], [G4-EN6] I consumi di energia del Gruppo Telecom Italia vengono presentati seguendo le linee guida proposte dal Global Reporting Initiative con riferimento ai consumi diretti per riscaldamento, generazione di energia elettrica e autotrazione (Scope 1, secondo il Greenhouse Gas Protocol¹) e a quelli indiretti per acquisto e consumo di energia elettrica (Scope 2).

Riscaldamento

		% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti			
		Gruppo	Domestic	Brasile	Media
Energia generata da gasolio	MJ	59.486.649	100%	0%	0%
Energia generata da gas naturale	MJ	488.602.104	100%	0%	0%
Totale energia per riscaldamento	MJ	548.088.753	100%	0%	0%
2015 su 2014		(24)%	(24)%	0%	0%
2015 su 2013		(31)%	(31)%	0%	0%

¹ Il Greenhouse Gas (GHG) Protocol, sviluppato dal World Resources Institute (WRI) e del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), definisce gli standard di riferimento per misurare, gestire e rendicontare le emissioni di gas serra.



I dati della tabella evidenziano nel 2015 una significativa riduzione rispetto al 2014 e al 2013, da attribuire principalmente ad una revisione delle modalità di rendicontazione dei consumi di combustibile ma anche alle condizioni climatiche verificatesi durante l'anno di riferimento ad azioni di razionalizzazione immobiliare ed efficienza energetica.

In Brasile, in considerazione delle particolari condizioni climatiche durante tutto l'anno, non si fa ricorso al riscaldamento degli ambienti. INWIT, la società del Gruppo che opera in Italia nel settore delle infrastrutture per le comunicazioni elettroniche, ha una dimensione estremamente ridotta rispetto al Gruppo e rientra pertanto nella BU Domestic.

Autotrazione(*)

			% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti		
			Domestic	Brasile	Media
			Gruppo		
Energia da benzina senza piombo	MJ	53.395.166	19%	80%	1%
Energia da gasolio	MJ	652.677.678	99%	0%	1%
Energia da GPL	MJ	5.182.862	100%	0%	0%
Energia da gas naturale	MJ	328.017	100%	0%	0%
Totale energia per autotrazione(**)	MJ	711.583.723	93%	6%	1%
2015 su 2014		1%	2%	(10)%	(5)%
2015 su 2013		(2)%	(1)%	(14)%	(3)%
Numero totale veicoli	n.	19.571	95%	5%	0%
2015 su 2014		(2)%	(2)%	0%	(2)%
2015 su 2013		(2)%	(2)%	(3)%	(9)%
Percorrenza totale veicoli	km	308.809.797	95%	4%	1%
2015 su 2014		2%	3%	(6)%	(10)%
2015 su 2013		(1)%	0%	(12)%	(9)%

(*) I dati riportati nelle tabelle relative all'autotrazione riguardano tutti i veicoli del Gruppo (industriali, commerciali, in uso ai dirigenti/quadri/venditori), sia in affitto sia di proprietà. Solo per utilizzi significativi e con caratteristiche di continuità d'uso sono compresi veicoli, consumi e percorrenze di proprietà o in uso alla forza vendita di Tim Brasil.

(**) Rappresenta la conversione in Megajoule dei consumi di benzina senza piombo, gasolio, GPL (espressi in litri) e di gas naturale (espressi in kg).

In generale i consumi energetici per autotrazione e le percorrenze sono in leggero aumento rispetto all'anno precedente, in leggera flessione rispetto al 2013. In Italia è in corso un progetto di rinnovamento della flotta operativa che ha coinvolto tra novembre e dicembre 2015 circa 1.500 autoveicoli.

Si riportano di seguito i consumi di energia elettrica per il funzionamento degli impianti di telecomunicazioni e degli impianti tecnologici civili e industriali.



Energia elettrica acquistata e prodotta

		% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti			
		Gruppo	Domestic	Brasile	Media
Energia elettrica da fonti miste	kWh	727.868.891	19%	77%	4%
2015 su 2014		20%	47%	16%	(1)%
2015 su 2013		(69)%	(93)%	39%	37%
Energia elettrica da fonti rinnovabili	kWh	1.906.970.185	100%	0%	0%
2015 su 2014		0%	0%	0%	0%
2015 su 2013		4.774%	4.774%	0%	0%
Totale energia elettrica	kWh	2.634.839.076	78%	21%	1%
2015 su 2014		5%	2%	16%	(1)%
2015 su 2013		10%	3%	39%	37%

I consumi energetici a livello di Gruppo risultano in crescita per effetto dell'aumentato volume di traffico gestito e dei servizi offerti alla clientela. In particolare il ritmo di crescita è significativo in Brasile per effetto dell'espansione della rete e del mercato.

Nel 2014 Telecom Italia ha concluso un accordo, che a coperto anche il 2015, per l'acquisto di garanzie d'origine che certificano l'energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili, e questo spiega in tabella le elevate variazioni percentuali relative ai quantitativi di energia elettrica consumati per tipologia nel 2014 e 2015 rispetto al 2013.

Nel 2014, per compensare le proprie emissioni dirette, TIM Brasil ha acquistato 6.000 tCO₂ di crediti di carbonio finanziando un progetto per la salvaguardia delle foreste, e intende compensare le emissioni dirette prodotte nel 2015 con il residuo di tali crediti sommati ai crediti che verranno acquistati nel 2016. Attualmente è in corso il processo di selezione del progetto che sarà oggetto di finanziamento nel 2016.

Il Gruppo ha proseguito nella continua ricerca del miglioramento della propria performance energetica mediante:

- allineamento delle temperature e ridefinizione delle policy di Gruppo, miglioramento dell'efficienza degli impianti di cogenerazione e stazioni di energia esistenti, ricalibratura dei set-point in siti con più impianti, gruppi frigo con cogenerazione, free cooling e disalimentazione degli apparati obsoleti;
- interventi di upgrade tecnologico e generazione distribuita, con investimenti rivolti alla ricerca di un "minor consumo ad un minor costo", quali: nuove tecnologie di free cooling con priorità su condizionamento, illuminazione uffici e siti industriali, impianti di trigenerazione (anche micro), geotermia e altre fonti rinnovabili;
- interventi di comunicazione e coinvolgimento rivolti al personale aziendale per renderlo consapevole dell'impatto dei propri comportamenti e mettere in evidenza i "fattori abilitanti" in materia di risparmio energetico e impronta di carbonio, definendo ruoli dedicati per guidare l'implementazione delle iniziative, divulgando i risultati raggiunti a tutti i livelli e sostenendo in Azienda la cultura dell'efficienza energetica e rispetto dell'ambiente.

Gli sviluppi tecnologici avviati nel corso del 2015, legati prevalentemente al piano di implementazione della rete di accesso di nuova generazione (NGAN) e alla tecnologia LTE, stanno causando, in generale, una crescita dei consumi energetici. Il 2015 in particolare è stato un anno caratterizzato sia da un notevole impulso degli sviluppi tecnologici nell'ambito della rete mobile e fissa e da una significativa crescita delle nuove installazioni sul mercato interno ed esterno in ambito Information Technology, sia da condizioni climatiche considerate eccezionali, con valori medi delle temperature, nel periodo estivo,



notevolmente più alti rispetto al 2014. Tutti questi fattori hanno determinato un significativo incremento del fabbisogno energetico in ambito fisso e mobile.

L'aumento del fabbisogno energetico relativo al 2015 è stato stimato in circa 165 GWh, di cui circa il 21% (35 GWh) legato all'incremento delle temperature .

Tale incremento è stato compensato grazie ai saving resi possibili da una serie di interventi di efficientamento energetico, avviati e completati nel 2013 e nel 2014 e di nuovi interventi avviati e completati nel corso del 2015, fra cui, in particolare, i progetti legati alla sostituzione di apparati obsoleti con nuovi impianti a maggiore efficienza. E' stato dato inoltre un significativo impulso alla produzione di energia elettrica da co- e tri-generazione - si stimano circa 45 GWh di incremento rispetto al 2014 - mettendo in campo interventi per il miglioramento dell'efficienza degli impianti già in esercizio e attivandone altri 6, in aggiunta a quelli esistenti.

Va sottolineato che i sistemi di cogenerazione e trigenerazione consentono un risparmio energetico complessivo nell'ordine del 30% rispetto ai sistemi tradizionali di produzione dell'energia elettrica e svolgono un ruolo non trascurabile per Telecom Italia in particolare nei siti industriali, tipicamente i centri elaborazione dati (CED), che hanno fabbisogni energetici significativi ed elevate esigenze di riscaldamento/raffreddamento, consentendo di minimizzare le perdite dovute al trasferimento dal luogo di produzione al luogo di consumo.

In dettaglio nel 2015 sono stati implementati i seguenti interventi di efficienza:

- trigenerazione: sono stati messi in esercizio i 3 grandi impianti di cogenerazione e i 3 impianti Plug&Play la cui realizzazione era stata avviata nel 2014. Sono inoltre state messe in campo azioni per il miglioramento del rendimento degli impianti per arrivare ad un tasso medio di funzionamento dell'87% per gli impianti di potenza elevata e 75% per quelli di potenza inferiore a 600kw (piccola cogenerazione);
- illuminazione: il piano di sostituzione dei corpi illuminanti tradizionali (neon) nei locali ad uso ufficio nelle principali sedi aziendali con tecnologia LED e sensori di presenza ha raggiunto il 50% dell'obiettivo iniziale di 41.000 plafoniere. E' stato portato a termine, in linea con quanto previsto, il piano di sostituzione di 100.000 corpi illuminanti tradizionali (neon) presenti nelle centrali di rete fissa con tubi a tecnologia LED. E' importante sottolineare come l'utilizzo di un tubo LED, caratterizzato da emissione di luce fredda, abiliti anche un saving sul condizionamento;
- sistemi di alimentazione: sono stati completati secondo i piani gli interventi sulle stazioni di energia, sia sostituendo vecchi apparati con nuove stazioni caratterizzate da un maggior rendimento, sia attraverso interventi di retrofit che hanno comportato la sostituzione dei soli moduli raddrizzatori;
- sistemi di condizionamento: sono stati completati, secondo i piani, gli interventi di sostituzione dei gruppi frigoriferi e dei condizionatori obsoleti con nuovi apparati a maggior rendimento, e, nell'ambito della rete mobile, gli interventi di Dedicated Free Cooling, ovvero l'applicazione di un convogliatore d'aria direttamente sul telaio di una Stazione Radio Base (Ericsson modello 6000) per estrarre il calore con un più efficiente utilizzo del Free Cooling e del condizionatore;
- CED: proseguiranno nel 2016 gli interventi di ottimizzazione sui Data Center individuati in seguito a audit energetici;
- sperimentazioni:
 - ◆ progetto Cage: è stata ultimata la sperimentazione del sistema Cage su un sito dell'area di Milano con la realizzazione di una fila di centrale per 7 rack incrementali in container per interni (cage) con distribuzione del condizionamento "cool side", impianto antincendio e sistema di accesso controllato. L'obiettivo del progetto è la riduzione del consumo energetico dei condizionatori direttamente associati alla fila contenente i cage e un'ulteriore riduzione del consumo sui restanti condizionatori di sala grazie all'eliminazione dell'energia termica non più sviluppata dagli apparati una volta compartimentati (il risparmio energetico è ottenuto in funzione del layout di sala);
 - ◆ Vigilent: tale soluzione è stata sperimentata presso una sala del data center di Oriolo Romano con l'obiettivo di ottimizzare il sistema di raffrescamento di sala. L'intervento prevede l'installazione di un sistema di sonde e relativi attuatori sui condizionatori nelle sale CED.



Nel corso dell'anno, durante il periodo estivo, sono stati messi in campo ulteriori interventi straordinari non pianificati per contrastare l'incremento dei prelievi legato alle eccezionali temperature atmosferiche registrate nel 2015 rispetto agli anni precedenti.

In dettaglio:

- interventi di pulizia dei filtri dei condizionatori realizzati in anticipo rispetto alle date pianificate (circa 1.100 interventi effettuati);
- prove di accensione dei generatori delle centrali (circa 420 interventi effettuati);
- incremento di 1° C della temperatura di sala nelle centrali (nel mese di agosto ha interessato circa 3.800 sale);
- chiusura estiva di circa 900 sedi.

Si prevede che nel corso del 2016 verranno realizzati gli interventi di implementazione di soluzioni infrastrutturali innovative le cui progettazioni sono state avviate nel 2015.

In dettaglio:

- ammodernamento del circuito idronico¹ dei gruppi frigo da portata fissa a portata variabile con inverter per modulare la velocità di lavoro delle pompe;
- UPS rotanti²: il progetto prevede l'introduzione di UPS dinamici ad asse verticale con l'obiettivo di eliminare gli UPS statici in centrale, aumentare l'affidabilità dell'impianto di alimentazione mediante razionalizzazione del sistema di scambio rete-Gruppo Elettrogeno e ridurre o eliminare le batterie nella centrale;
- gestione dei set point della temperatura mediante un «pulsante benessere» per garantire condizioni climatiche adeguate durante interventi mirati e temporanei da parte dei tecnici.

Nel corso del 2015 sono stati riconosciuti a Telecom Italia Titoli di Efficienza Energetica (TEE) per 34 progetti, corrispondenti a circa 40.000 TEP (Tonnellate Equivalenti di Petrolio) annue risparmiate e ad un valore economico stimato a prezzi attuali, su 5 anni, pari a circa 40 milioni di euro³.

I Titoli, detti anche certificati bianchi, attestano il conseguimento di risparmi energetici negli usi finali di energia attraverso interventi e progetti di incremento dell'efficienza energetica. Istituiti con decreto ministeriale del 20 luglio 2004, tali certificati sono emessi dal GSE⁴ per premiare i soggetti che realizzano progetti innovativi che portano ad un significativo risparmio di energia elettrica o carburante. Un Certificato Bianco corrisponde a 1 Tonnellata Equivalente di Petrolio (TEP) risparmiata, ed ha un valore economico negoziabile. Infatti le aziende distributrici di energia elettrica e gas – i cosiddetti “soggetti obbligati”, in quanto tenuti a raggiungere annualmente determinati obiettivi quantitativi di risparmio di energia primaria – possono assolvere il proprio obbligo realizzando progetti di efficienza energetica che diano diritto ai certificati bianchi oppure acquistato i TEE da altri soggetti sul mercato dei titoli di efficienza energetica organizzato dal GME⁵.

¹ Un sistema idronico usa l'acqua per trasportare l'energia termica, sia per riscaldare che per raffrescare l'ambiente.

² UPS è l'acronimo di Uninterrupted Power Supply, o gruppo di continuità; in questo caso si tratta di gruppi dinamici dotati di un volano che viene mantenuto a giri costanti quando l'impianto è alimentato da rete e immagazzina quindi energia cinetica che viene trasformata in energia elettrica in caso di black-out.

³ La diminuzione rispetto al 2014 è dovuta principalmente al fatto che le Authority nel corso del 2015 hanno imposto l'applicazione di regole differenti su progetti già approvati. Tali regole comportano valutazioni in diminuzione sulle rendicontazioni previste per i prossimi anni.

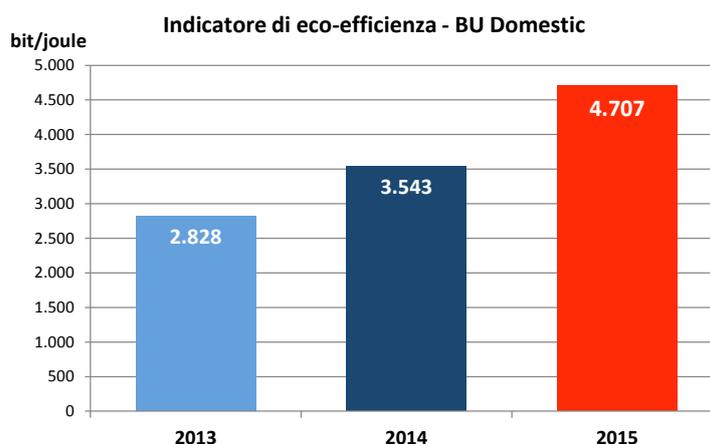
⁴ Gestore dei Servizi Energetici - www.gse.it

⁵ Gestore del Mercato Elettrico, GME S.p.A. - www.mercatoelettrico.org

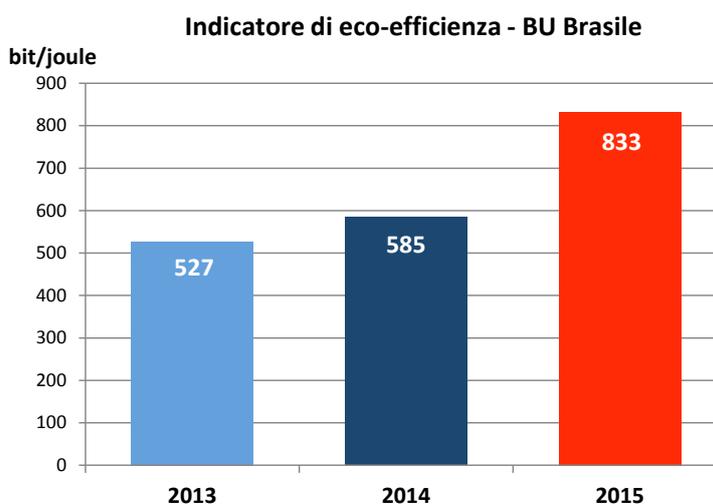


Indicatore di eco-efficienza

[G4-EN5] Il Gruppo misura la propria efficienza energetica mediante un indicatore che mette in relazione il servizio offerto alla clientela, in termini di bit trasmessi, con l'impatto sull'ambiente rappresentato dai joule di energia consumati. Vengono presi in considerazione i valori di traffico dati e voce da rete fissa/mobile e i consumi energetici industriali (per uso trasmissivo e di condizionamento delle centrali), civili (energia elettrica per uso ufficio, condizionamento e riscaldamento sedi) e i consumi per autotrazione. I grafici che seguono mostrano l'andamento dell'indicatore di eco-efficienza negli ultimi tre anni per le BU Domestic e Brasile.



Nel 2015 il valore dell'indicatore calcolato per la BU Domestic è risultato pari a 4.707 bit/joule, in crescita di circa 33 pp rispetto al 2014 e di oltre 66 pp rispetto a 2013. L'impegno prosegue con la definizione per il 2016 di un obiettivo di 5.300 bit/joule, pari ad un incremento di 12 pp rispetto al dato 2015 (cfr. *Obiettivi 2016* in *Appendice*).





Anche l'indicatore di eco-efficienza calcolato per il Brasile mostra un continuo miglioramento nel tempo: nel 2015 è cresciuto del 42% rispetto al 2014 e del 58% rispetto al 2013, e ciò è dovuto ad un considerevole aumento del traffico dati nel corso dell'ultimo anno che non ha comportato un corrispondente aumento del consumo di energia elettrica grazie all'efficienza della rete.

I valori degli indicatori calcolati rispettivamente per l'Italia e il Brasile non sono peraltro confrontabili direttamente in quanto le due realtà sono molto diverse dal punto di vista operativo e ambientale: per esempio in Brasile il traffico è prevalentemente da rete mobile, e come già menzionato non vengono utilizzati combustibili per riscaldamento date le particolari condizioni climatiche.

Emissioni atmosferiche

[G4-EN15], [G4-EN16], [G4-EN19] Le emissioni di gas ad effetto serra di Telecom Italia e del Gruppo sono costituite quasi esclusivamente dall'anidride carbonica e sono da ricondursi all'utilizzo di combustibili fossili, per riscaldamento, autotrazione, produzione di energia elettrica, acquisto di energia elettrica prodotta da terzi e agli spostamenti del personale (in occasione di viaggi di lavoro o per spostamenti casa-lavoro). Vengono inoltre considerate e convertite in kg di CO₂ equivalente anche le dispersioni di gas idroclorofluorocarburi (HCFC) e idrofluorocarburi (HFC) dagli impianti di condizionamento.

Anche per le emissioni in atmosfera vengono seguite le linee guida della Global Reporting Initiative – GRI Version 4 - che rimandano alle definizioni del GHG Protocol - distinguendo tra emissioni dirette (Scope 1: utilizzo di combustibili fossili per autotrazione, riscaldamento, generazione di energia elettrica), emissioni indirette (Scope 2: acquisto di energia elettrica a uso industriale e civile) e altre emissioni indirette (Scope 3). Le emissioni in atmosfera riportate nel presente Bilancio, salvo diversa indicazione, sono state calcolate in base ai coefficienti aggiornati resi disponibili dal GHG Protocol¹.

Nella tabella che segue sono riportate le emissioni complessive di CO₂ del Gruppo.

Emissioni atmosferiche					
% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti					
		Gruppo	Domestic	Brasile	Media
Emissioni di CO ₂ per autotrazione	kg	53.048.211	93%	6%	1%
Emissioni di CO ₂ per riscaldamento	kg	30.966.636	100%	0%	0%
Emissioni di CO ₂ equivalenti per dispersioni HCFC/HFC(*)	kg	6.653.780	100%	0%	0%
Emissioni di CO ₂ da generazione elettrica da cogenerazione	kg	60.695.712	100%	0%	0%
Emissioni di CO ₂ da generazione elettrica mediante gasolio	kg	3.012.587	77%	20%	3%
Totale emissioni dirette di CO₂ – ex Scope1 GRI	kg	154.376.926	97%	3%	0%
2015 su 2014		10%	10%	(5)%	(2)%
2015 su 2013		(2)%	(2)%	(9)%	0%
Emissioni di CO ₂ da acquisto di energia elettrica prodotta da fonti miste	kg	82.266.006	3%	85%	12%
Totale emissioni indirette di CO₂ – ex Scope2 GRI	kg	82.266.006	3%	85%	12%
2015 su 2014		4%	(33)%	7%	(1)%
2015 su 2013		(89)%	(100)%	81%	37%

(*) La valorizzazione delle emissioni di CO₂ equivalente degli idroclorofluorocarburi (HCFC) e idrofluorocarburi (HFC) è effettuata facendo riferimento a specifici parametri del Global Warming Potential per i due gas: l'indice è basato su una scala relativa che confronta il gas considerato con un'uguale massa di biossido di carbonio il cui GWP è pari a 1. Il GWP utilizzato per HCFC è pari a 1.780 e quello per HFC è pari a 1.300.

¹ Per il calcolo delle emissioni legate al consumo di energia elettrica da fonti miste acquistata sul mercato italiano è stato utilizzato il coefficiente pubblicato dal GHG Protocol (2009) - che prende in considerazione il mix energetico nazionale - pari a 386 grammi di CO₂/kWh. Per il Brasile sono stati utilizzati i coefficienti medi per il 2013, 2014 e 2015 calcolati e pubblicati dal locale Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, pari rispettivamente a circa 96, 135,5 e 124,4 grammi di CO₂/kWh.



Emissioni atmosferiche

		% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti			
		Gruppo	Domestic	Brasile	Media
Emissioni di CO ₂ da spostamenti casa-lavoro(†)	kg	67.271.551	91%	9%	0%
Emissioni di CO ₂ da spostamenti aerei(‡)	kg	9.967.790	58%	42%	0%
Totale altre emissioni indirette di CO₂ – ex Scope3 GRI	kg	77.239.341	87%	13%	0%
2015 su 2014		0%	(1)%	9%	(27)%
2015 su 2013		(4)%	(7)%	24%	(24)%
Totale emissioni di CO₂	kg	313.882.273	70%	27%	3%
2015 su 2014		6%	6%	7%	(2)%
2015 su 2013		(69)%	(77)%	64%	34%

(†) Nella determinazione dell'impatto degli spostamenti casa-lavoro si prendono a riferimento dati statistici elaborati sul personale aziendale. Il perimetro preso in considerazione è stato esteso dal 2014 a tutta la BU Domestic mentre negli anni precedenti erano state considerate solo le società principali. Le emissioni sono state ricalcolate per l'analogo perimetro anche per il 2013 al fine di permettere un confronto puntuale.

(‡) Il calcolo delle emissioni per gli spostamenti aerei è stato effettuato a cura del centro studi e ricerche della American Express (l'Agenzia di Viaggi a cui si appoggia Telecom Italia) supportato dal DEFRA (Department of Environment, Food and Rural Affairs del Regno Unito) sulla base del numero di tratte effettivamente operate, suddivise in funzione della tipologia di durata del singolo viaggio (breve, media o lunga).

La tabella delle emissioni di anidride carbonica, ed in particolare di quelle ex Scope 2 GRI, è fortemente e positivamente influenzata rispetto agli anni precedenti dall'accordo concluso per l'acquisto, per gli anni 2014 e 2015, di garanzie d'origine che certificano l'energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili. L'accordo ha riguardato, in entrambi gli anni, quasi il 100% dell'energia elettrica consumata dalla BU Domestic.

Acqua

[G4-EN8]

Consumo di acqua

		% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti			
		Gruppo	Domestic	Brasile	Media
Consumo di acqua prelevata da pozzi artesiani	m3	28.600	100%	0%	0%
Consumo di acqua prelevata da enti erogatori	m3	5.656.777	97%	3%	0%
Consumo di acqua prelevata da altre fonti	m3	27.108	0%	100%	0%
Totale consumo di acqua	m3	5.712.485	97%	3%	0%
2015 su 2014		19%	22%	(22)%	672%
2015 su 2013		17%	18%	(15)%	465%

L'aumento significativo dei consumi di acqua della BU Domestic e della BU Media rispetto agli anni precedenti è dovuto ad una rivisitazione delle modalità di calcolo che ha permesso di ottenere un dato più preciso. Presumibilmente anche i consumi degli anni precedenti sarebbero soggetti ad una variazione significativa in aumento rispetto a quanto pubblicato¹. Il confronto comunque è stato fatto rispetto ai dati pubblicati nei precedenti Bilanci.

¹ Ricalcolando i consumi pregressi con i criteri attuali si otterrebbero, a livello di Gruppo, all'incirca i seguenti consumi complessivi: 6.360.000m³ nel 2014 e 5.560.000 m³ nel 2013; quindi i consumi complessivi del 2015 sarebbero diminuiti di circa il 10% rispetto al 2014 e aumentati di circa il 3% rispetto al 2013. Allo stesso modo i consumi della BU Domestic, pari a 5.515.205 m³ nel 2015, risulterebbero pari a circa 6.100.000 m³ nel 2014 e 5.318.000 m³ nel 2013.



Carta

Carta per uso ufficio

		% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti			
		Gruppo	Domestic	Brasile	Media
Carta non riciclata e non certificata acquistata	kg	1.821	100%	0%	0%
Carta certificata FSC acquistata	kg	283.954	87%	13%	0%
Totale carta acquistata	kg	285.775	87%	13%	0%
2015 su 2014		(19)%	(20)%	(14)%	2%
2015 su 2013		(21)%	(20)%	(28)%	106%
2015 su 2013		17%	18%	(15)%	465%

Gli acquisti di carta continuano a essere orientati, sia per gli usi d'ufficio sia per l'uso commerciale (bollette telefoniche), verso le tipologie che rispondono ai più elevati standard ambientali basati sulla gestione responsabile delle foreste secondo i requisiti del Forest Stewardship Council (FSC, cfr. fsc.org). La riduzione dei consumi di carta per uso ufficio esposta in tabella segue un trend storico frutto dell'opera di sensibilizzazione sull'utilizzo responsabile della carta in ambito lavorativo e razionalizzazione dei consumi ottenuta attraverso il progetto "printing on demand" che prevede l'impiego di stampanti condivise ad alte prestazioni e modalità di stampa che permettono di ridurre i consumi energetici e risparmiare materiale. Inoltre verso la fine del 2015 Telecom Italia ha aderito al progetto Cloud Printing di Olivetti per far fronte all'esigenza di rinnovo tecnologico delle apparecchiature di printing, con l'obiettivo di ottimizzare i processi di stampa e ridurre i costi. I nuovi dispositivi di stampa sono caratterizzati da elevata efficienza energetica e presentano un ridotto impatto ambientale. Sono anche continuate le attività volte alla riduzione complessiva dei consumi di carta per uso commerciale, tra cui la promozione presso i clienti del ricorso a fatture ed estratti conto in formato elettronico.

Rifiuti

[G4-EN23] I dati indicati nella tabella si riferiscono alle quantità di rifiuti conferiti¹ e contabilizzati per legge²

Rifiuti conferiti

		% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti			
		Gruppo	Domestic	Brasile	Media
Rifiuti pericolosi	kg	4.461.040	95%	5%	0%
Rifiuti non pericolosi	kg	12.618.207	96%	4%	0%
Totale rifiuti conferiti(*)	kg	17.079.247	95%	5%	0%
2015 su 2014		31%	29%	88%	(19)%
2015 su 2013		4%	3%	10%	(21)%
Rifiuti avviati a riciclo o recupero	kg	16.465.964	98%	2%	0%
% Rifiuti avviati a riciclo o recupero		96%	99%	44%	0%

(*) I dati non includono i pali telefonici di competenza della BU Domestic in quanto non conferiti come rifiuti ordinari ma gestiti in base all'accordo di programma concluso nel 2003 con il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, il Ministero delle Attività Produttive e le imprese di produzione e di recupero, previo parere favorevole della conferenza Stato-Regioni-Province autonome. Nel 2015 sono stati dismessi da Telecom Italia 126.163 pali, per un peso equivalente di 10.093.040 kg.

¹ Per "rifiuti conferiti" si intendono i rifiuti consegnati al trasportatore per l'avvio a riciclo e recupero o smaltimento

² Lievi scostamenti rispetto alla situazione definita al 31 dicembre si potranno avere fino al 30 marzo successivo in quanto la fonte dei dati è rappresentata dai registri di carico e scarico dei rifiuti che si consolidano una volta verificato il peso reale a destino; l'informazione è fornita al produttore del rifiuto entro 3 mesi dal conferimento e ciò giustifica la possibilità di scostamento del dato.



Telecom Italia ha stipulato contratti mirati con società specializzate nella gestione di prodotti usati, guasti e giunti a fine vita, con l'obiettivo di permettere il recupero della componentistica e delle materie prime. Nel 2015 ciò ha permesso di evitare che oltre 1.300.000 prodotti venissero inviati in discarica ottenendo al contempo tangibili benefici economici derivanti appunto dalla loro valorizzazione.

Le varie attività di gestione hanno consentito di rigenerare prodotti di logistica e materiali di rete (81.748 pezzi), rigenerare prodotti di logistica commerciale (127.782 pezzi), inviare al recupero della componentistica e delle materie prime (1.012.476 pezzi) e rivendere prodotti usati (83.880 pezzi, quasi esclusivamente di telefonia mobile).

In Brasile, TIM raccoglie e gestisce terminali mobili, batterie ed accessori presso i propri negozi attraverso il programma Recarregue o Planeta (Ricarica il Pianeta). Nel 2015 ne sono stati raccolti complessivamente 1.192 kg, che sono stati inviati a recupero/riciclo o smaltiti in modo conforme alla legislazione vigente.

Tale attività ha una duplice valenza: contribuire alla riduzione dei RAEE prodotti e al contempo generare un beneficio economico derivante dalla differenza tra il costo che dovrebbe essere sostenuto per l'acquisto di apparati nuovi e il costo di rigenerazione.

Emissioni elettromagnetiche

L'attenzione del Gruppo Telecom Italia al tema delle emissioni elettromagnetiche si sostanzia:

- nella gestione attenta degli impianti durante tutto il ciclo di vita e nel rispetto della normativa vigente e degli standard interni di efficienza e sicurezza;
- nell'uso e nella ricerca costante di strumenti tecnologici all'avanguardia per l'attività di controllo e verifica.

Il monitoraggio sistematico dei livelli di emissioni elettromagnetiche degli impianti è finalizzato a garantire il rispetto dei limiti di legge e il mantenimento di elevati standard di sicurezza per la popolazione e i lavoratori. In base ai controlli effettuati sul territorio italiano le emissioni elettromagnetiche generate rientrano ampiamente nei limiti di legge.

Nell'ambito dell'attività di certificazione dei terminali per telefonia mobile venduti sul mercato con il brand TIM, TILab svolge su tutti i prodotti tecnologicamente innovativi i test per la verifica del SAR (Specific Absorption Rate) dichiarato dai fornitori. Tale parametro stima la quantità di energia elettromagnetica per unità di massa corporea assorbita dal corpo umano in caso di esposizione al campo elettromagnetico generato da telefoni e altri dispositivi mobili. Telecom Italia certifica e mette in vendita attraverso la propria rete commerciale solo terminali mobili che presentano un valore di SAR inferiore al valore limite fissato dalla normativa europea. Nel determinare tale conformità Telecom Italia segue le indicazioni definite nelle linee guida ICNIRP (International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection) e successive dichiarazioni di conformità¹. Tale qualificazione, effettuata nella fase di pre-commercializzazione quando spesso Telecom Italia non dispone del valore di SAR dichiarato dal fornitore, conferisce al test un valore ulteriore rispetto a un semplice controllo di qualità.

Sono inoltre in corso attività congiunte con alcune ARPA per la valutazione dei campi elettromagnetici irradiati dalle Stazioni Radio Base, tenendo conto dell'effettiva potenza trasmessa in funzione del traffico e dei meccanismi di power control, in conformità con le variazioni del DPCM 8/7/2003 contenute nel Decreto legge sulla crescita 179/2012. Analoga attenzione è posta alle emissioni dei terminali mobili attivi sulle bande di frequenza operate da Telecom Italia.

In Brasile le radiazioni non ionizzanti emesse dalle stazioni radio base di TIM Brasil rientrano ampiamente nei parametri dettati dalla World Health Organization e adottati dall'Anatel. Tutte le stazioni radio base di TIM Brasil hanno la licenza di operare rilasciata dall'Anatel.

¹ Guidelines for Limiting Exposure to Time-Varying Electric, Magnetic, and Electromagnetic Fields (up to 300 GHz). Health Physics 74 (4): 494-522; 1998; Statement on the "Guidelines for limiting exposure to time-varying electric, magnetic and electromagnetic fields (up to 300 GHz)". Health Physics 97(3):257-259; 2009.



Conformità con la legislazione ambientale vigente

Le Società del Gruppo quali componenti attive e responsabili delle comunità in cui operano sono impegnate a rispettare e far rispettare le leggi vigenti negli Stati in cui svolgono la propria attività, e adottano strumenti organizzativi atti a prevenire la violazione di disposizioni di legge¹. Nel corso del 2015 non sono state inflitte alle aziende del Gruppo in Italia sanzioni pecuniarie significative² per violazioni alla legislazione ambientale riscontrate nelle aree in cui le stesse svolgono le proprie attività. Tale considerazione ha valenza anche per i due anni precedenti. In Brasile a TIM è stata inflitta una sanzione significativa nel corso del 2015 per aver messo in funzione una stazione radio base senza aver ottenuto preventivamente l'autorizzazione ambientale da parte dell'organismo competente, mentre non ne erano pervenute negli anni precedenti. Parimenti non sono da segnalare nell'anno 2015 e nei due anni precedenti sanzioni amministrative non pecuniarie e casi di risoluzione di controversie ambientali attraverso meccanismi di conciliazione. In Brasile non è prevista la forma di risoluzione conciliativa delle eventuali controversie ambientali.

L'ICT può influenzare le caratteristiche di prezzo, efficienza e convenienza relativa dei prodotti e servizi finendo per incidere sulla stessa domanda di servizi aumentando complessivamente la domanda energetica. Può inoltre accelerare l'obsolescenza dei prodotti e rendere necessaria la gestione dei rifiuti tecnologici che ne derivano. È responsabilità del settore ICT, e quindi anche di Telecom Italia, tenere in considerazione questi effetti puntando alla ricerca e sviluppo di prodotti a basso impatto ambientale lungo tutto il proprio ciclo di vita (cfr. *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale*).

Nel 2015 in Telecom Italia sono state gestite in maniera centralizzata 821 audio-conferenze e 5.778 videoconferenze fra le sedi di Roma e Milano. Attraverso il portale di prenotazione automatica dei servizi di audio e videoconferenza, sono state gestite autonomamente dai dipendenti 44.425 videoconferenze (+30% rispetto al 2014) e 94.918 audio-conferenze (+16% rispetto al 2014). Si stima che il ricorso a questi sistemi di comunicazione abbia permesso di evitare consistenti emissioni di anidride carbonica (e altri inquinanti) connesse all'utilizzo dei mezzi di trasporto.

TIM ECO-FRIENDLY

Telecom Italia ha lanciato già alla fine degli anni 90 una serie di attività interne di ricerca e sviluppo per realizzare terminali a impatto ambientale ridotto. Migliorare l'efficienza ambientale dei prodotti proposti ai clienti, sia privati che business, significa avere cura degli aspetti energetici, ottimizzando i consumi rispetto alle esigenze dei servizi erogati e applicare regole di "Design For Environment" che riducano gli impatti sull'ambiente, in particolare nella fase di produzione e gestione del fine vita degli apparati.

Seguendo e ampliando questa logica è stato creato il logo Telecom Italia Green, ribattezzato TIM eco-friendly nel 2015, che identifica sia le iniziative e i progetti di Telecom Italia rivolti alla tutela dell'ambiente sia i prodotti eco-compatibili.

Per i prodotti e le iniziative che recano tale marchio vengono fornite informazioni sulle caratteristiche e specifiche soluzioni adottate, in virtù delle quali è dimostrabile la loro eco-compatibilità e/o il vantaggio che se ne ricava in termini ambientali. Nel caso dei prodotti queste informazioni sono riportate sia sulla dichiarazione ambientale redatta in conformità alla Norma UNI EN ISO 14021, sia nella sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com in cui sono disponibili anche informazioni sulle caratteristiche di eco-compatibilità delle iniziative e dei progetti.

Fanno parte della linea eco-friendly alcuni prodotti, sviluppati in collaborazione con i fornitori, dedicati alla clientela business e consumer.

¹ Principi enunciati nel Codice Etico e di Condotta di Gruppo e nella policy per il Rispetto dei Diritti Umani

² Si considerano sanzioni pecuniarie significative per il Gruppo in Italia quelle per un importo superiore a 500.000 euro; il Brasile utilizza per la propria rendicontazione un importo di 100.000 reais.



Le dichiarazioni ambientali più recenti prodotte sono relative a 4 nuovi prodotti lanciati nel 2015, cioè:

- il Modem Adsl Wi-Fi N DA2210, prodotto da ADB utilizzato per i servizi broadband, consente di risparmiare oltre il 28% di energia elettrica rispetto ad un prodotto della generazione precedente, dispone di un alimentatore ad alta efficienza energetica (superiore al 79%);
- il telefono cordless FACILE MAXI Panasonic che permette di risparmiare il 41% di energia elettrica rispetto ad un prodotto precedente avente le stesse funzionalità;
- il telefono cordless FACILE SMILE Olivetti che consente di risparmiare il 38% di energia elettrica rispetto ad un prodotto precedente avente le stesse funzionalità;
- il Range Extender Wireless WRE6505-AC750 prodotto da ZyXEL, che nel ciclo di funzionamento giornaliero/annuo, consente una riduzione giornaliera dei consumi di energia elettrica pari a oltre il 39%.

Il risparmio di energia elettrica si traduce anche in una equivalente riduzione delle emissioni di gas a effetto serra. Va anche sottolineato che è stata posta particolare attenzione nella progettazione e scelta dei materiali della scocca e dell'imballo, che sono omogenei e riciclabili.

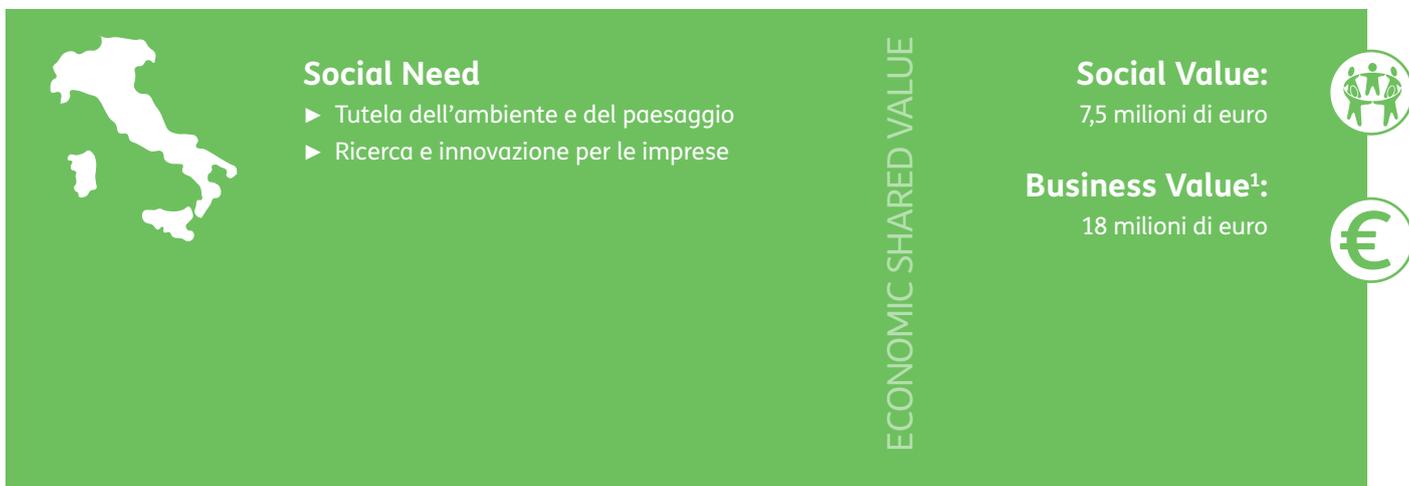




PROGETTI DI CORPORATE SHARED VALUE



EFFICIENZA ENERGETICA



Lo scenario

Il concetto di efficienza attiene al rapporto fra gli input di un processo produttivo e gli output che quel processo ricerca. Efficienza energetica nel contesto ICT implica rilevanza economica e ambientale in termini di gestione dell'energia necessaria. Il fabbisogno ed il conseguente consumo energetico della BU Domestic è attestato all'incirca in 2 TWh annui e il Gruppo è il secondo consumatore a livello nazionale di energia elettrica.

L'energia elettrica acquistata è quasi tutta prodotta a partire da fonti rinnovabili ed è quindi coperta dai certificati di garanzia d'origine, contribuendo al drastico abbattimento delle emissioni di anidride carbonica indirette.

Proteggere l'ambiente, migliorare l'efficienza energetica e offrire servizi in grado di ridurre le emissioni di gas ad effetto serra ed altri inquinanti sono le direttrici di intervento fondamentali del Gruppo per favorire lo sviluppo sostenibile nelle proprie aree di influenza.

La strategia ambientale

Tutte le società del Gruppo si ispirano ai seguenti principi fondamentali: ottimizzazione dell'utilizzo di fonti energetiche e altre risorse naturali; ricerca continua del miglioramento della performance energetica/ambientale, minimizzando gli impatti negativi e massimizzando i positivi; adozione di politiche di acquisto sensibili alle tematiche ambientali; diffusione di un corretto approccio alle tematiche ambientali.

Il Sistema di Gestione Ambientale (SGA)

Telecom Italia è dotata di un SGA certificato in base alla norma ISO 14001. In alcune realtà l'SGA è integrato con quello per la Gestione della Qualità basato sulla norma ISO 9001 e il sistema per la Gestione della Sicurezza basato sulla norma OHSAS 18001.

L'eco-efficienza

Il Gruppo misura l'efficienza energetica mediante un indicatore che mette in relazione il servizio offerto alla clientela in termini di bit trasmessi con l'impatto sull'ambiente rappresentato dai joule di energia consumati. Vengono presi in considerazione i valori di traffico dati e voce da rete fissa e mobile e i consumi energetici industriali (uso trasmissivo e condizionamento centrali), civili (energia elettrica per uso ufficio, condizionamento e riscaldamento) e i consumi per autotrazione.

¹Inclusa la vendita dei TEE



Il sistema dei Titoli di Efficienza Energetica (TEE)

Anche nel corso del 2015 sono stati riconosciuti TEE, sino ad oggi per complessivi 34 progetti approvati, corrispondenti a circa 40.000 TEP (Tonnellate Equivalenti di Petrolio) annue risparmiate e ad un valore economico stimato a prezzi attuali, su 5 anni, pari a 40 milioni di euro.

Monitoraggio dei consumi: uso interno e offerta ai Clienti

L'andamento dei consumi e la necessità di avere in tempo reale il loro controllo, la capacità di verificare l'efficacia delle azioni di ottimizzazione, ha favorito la realizzazione di un sistema di monitoraggio proprietario esteso al 42% dei consumi totali del gruppo, tramite una rete di oltre 30.000 sensori. Il numero complessivo di siti di rete fissa e mobile con presenza di sensori è di 2.768. Attraverso queste tele rilevazioni e le elaborazioni della piattaforma "TI Green" l'Azienda è in grado di certificare i risultati delle azioni di miglioramento poste in essere.

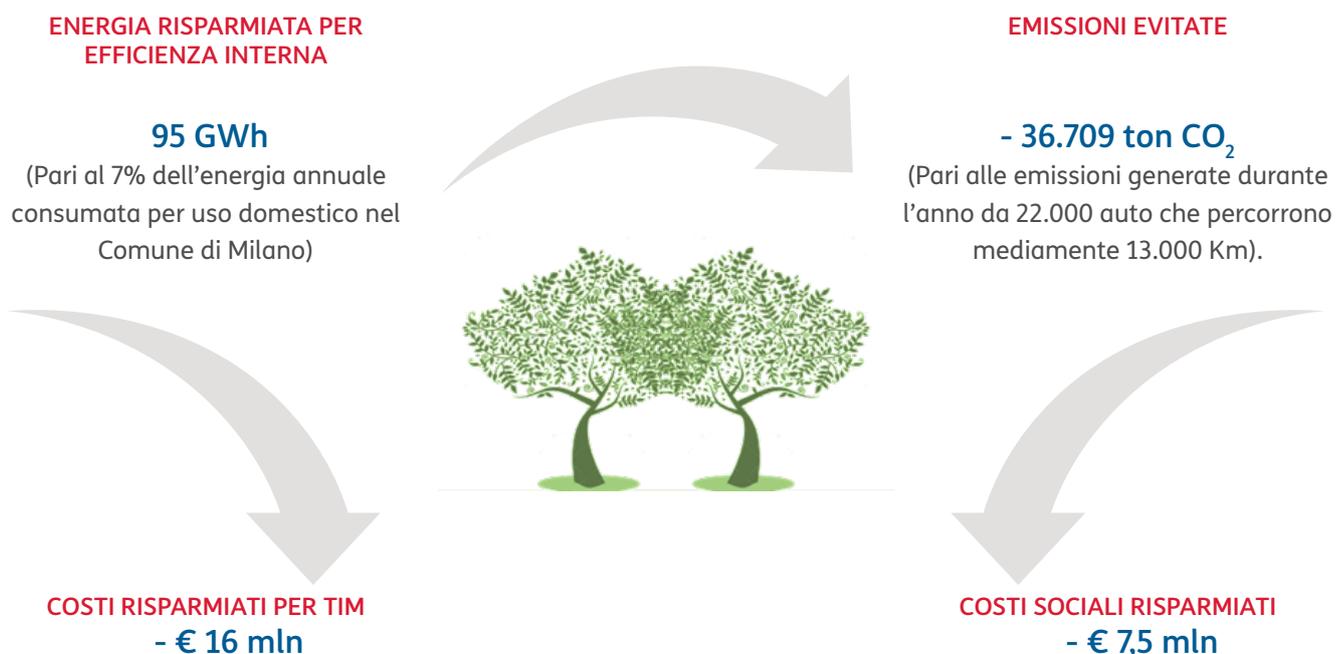
Questa esperienza e il gran numero di attività e progetti finalizzati alla diminuzione dei consumi ed all'abbattimento delle emissioni di CO₂ costituiscono un asset a disposizione della clientela. L'offerta è in grado di fare fronte alle principali esigenze di ottimizzazione dei consumi di vari segmenti di clientela: dalla media azienda industriale all'unità della pubblica amministrazione alla grande industria plurisito con presenza internazionale.

La metodologia

Il Business Value, pari a 18 milioni di euro, è dato da:

- 16 milioni: valorizzazione della riduzione delle emissioni in atmosfera. Tale riduzione è stimata a partire dall'energia risparmiata grazie ad iniziative di efficienza energetica interna (pari a 95 GWh) secondo il fattore di emissione pari a 0,386411 kg CO₂/kWh¹.
- 2 milioni: vendita di Certificati Bianchi per i progetti approvati nel 2015.

Il Social Value è stimato in funzione della riduzione di CO₂ emessa secondo il seguente parametro: ton CO₂*203 €/Ton²



¹ Per il calcolo delle emissioni legate al consumo di energia elettrica da fonti miste acquistata sul mercato italiano è stato utilizzato il coefficiente pubblicato dal GHG Protocol (2009) - che prende in considerazione il mix energetico nazionale - pari a 386 grammi di CO₂/kWh.

² Fonte Stanford University - <http://news.stanford.edu/news/2015/january/emissions-social-costs-011215.html>



BIOSITE

Social Need:

- ▶ Tutela dell'ambiente e del paesaggio
- ▶ Ricerca e innovazione per le imprese

Social Value:

- ▶ riduzione dell'impatto ambientale: un Biosite supporta più tecnologie (trasmissione dati, luce e videocamere).
- ▶ impatto sulla comunità: miglioramento della sicurezza grazie all'installazione delle videocamere.

Business Value:
riduzione dei costi di circa 18 mln reais (circa 4 mln di euro)

ECONOMIC SHARED VALUE

Lo scenario

Il rapido incremento della popolazione brasiliana ha portato ad una crescente ricerca di spazi per l'installazione di antenne e apparati di telecomunicazione da cui è scaturita un'agglomerazione di antenne su tetti e facciate di edifici e su strutture metalliche.

Per regolamentare questa situazione, numerose città hanno definito delle proprie regole che hanno reso ancora più intricato il processo di concessione delle licenze. Ne è conseguito un rallentamento dell'espansione della rete.

L'Associazione brasiliana delle telecomunicazioni stima che ci siano più di 250 diverse legislazioni municipali sui permessi per le antenne.

Allo scopo di aggirare queste barriere, TIM Brasil ha lanciato il Biosite, un palo metallico capace di supportare tutto l'equipaggiamento necessario per l'installazione di una Stazione Radio Base all'interno della propria struttura.

Si tratta a tutti gli effetti di un macrosite, sviluppato e brevettato interamente da TIM Brasil, con una triplice funzionalità:

- basso TCO (Total Cost of Ownership);
- rapidità di installazione;
- minimo impatto visivo.

Il Biosite è una struttura multifunzionale che migliora la qualità della trasmissione dati e può essere contestualmente utilizzata per l'illuminazione pubblica e la videosorveglianza.

Consuma meno energia e ha un ridotto impatto ambientale poiché utilizza il 99% di acciaio in meno rispetto ad una normale stazione radio base e necessita di minore spazio fisico non dovendo ricorrere a cabine esterne o strutture ausiliarie.

Il primo Biosite è stato installato nel giugno 2014 a Curitiba (Stato di Paraná). Attualmente sono stati installati oltre 100 Biosite in tutta la nazione. La tecnologia è presente a Rio de Janeiro, Brasilia e altre 6 città.

Il progetto prevede l'installazione di nuovi siti 3G e 4G in altre città e stima di raggiungere 300 nuove installazioni a Rio de Janeiro per i Giochi Olimpici del 2016.

La metodologia

Il Business Value è dato dal risparmio sul costo per l'installazione di un Biosite rispetto a una Stazione Radio Base convenzionale moltiplicato per il numero di Biosite installati a fine 2015.



CULTURA DIGITALE



Accanto al progetto d'infrastrutturazione, Telecom Italia si è fatta promotrice di diverse iniziative tese ad aumentare l'alfabetizzazione digitale, la dotazione tecnologica della popolazione e l'utilizzo di servizi che sfruttano le potenzialità della rete internet.

A tale proposito Telecom Italia ha utilizzato diverse strategie (dai convegni alle sperimentazioni sul campo al finanziamento di start-up) al fine di esplorare e far conoscere le possibilità applicative offerte dal digitale in molte aree di interesse sociale ed economico: la scuola, i servizi offerti dalla PA ai cittadini, le applicazioni rivolte a persone con disabilità, le soluzioni innovative indirizzate alle imprese, ai distretti industriali, alle città.

Possono costituire un esempio in questo senso iniziative patrocinate per diffondere la conoscenza di soluzioni ideate per aumentare l'efficienza dei processi della PA: dalla fatturazione elettronica alla firma grafometrica, dai servizi di identità digitale alla certificazione amministrativa e sanitaria. I servizi di e-Government possono contribuire a rendere più efficiente la Pubblica Amministrazione, sia rendendo più semplici e rapidi i servizi offerti al cittadino, sia riducendo i costi della burocrazia. **[G4-EC8b]** Non a caso la Commissione Europea ha identificato nel favorire il decollo dei servizi di e-Government uno dei principali obiettivi da raggiungere nell'implementazione dell'Agenda Digitale.

[G4-EC8b] Le competenze digitali hanno un ruolo cruciale nella nostra società e rappresentano uno dei principali fattori di vantaggio competitivo delle economie degli ultimi due decenni, come evidenziato in molti lavori realizzati dall'OCSE o promossi dalla Commissione Europea.

[G4-DMA Indirect Economic Impacts] Anche su questo tema l'Agenda Digitale chiede ai Paesi membri di intervenire per ampliare la conoscenza degli strumenti digitali e aumentare il numero di persone in possesso di skills digitali evoluti anche attraverso la diffusione di tecnologie ICT nelle scuole, che diventano attori chiave per costruire le nuove competenze. In questa prospettiva, le scuole devono compiere un cambiamento radicale sia del modo di progettare e proporre l'offerta formativa, sia del modo di rapportare alunni, insegnanti e famiglie. Proprio per l'importanza data al tema, la Commissione Europea monitora costantemente la velocità dell'introduzione delle tecnologie digitali nelle scuole e nei processi didattici. Un recente rapporto di confronto elaborato dalla Commissione Europea evidenzia che la presenza di computer connessi ad internet è un fattore critico a tutti i livelli dell'offerta scolastica in Italia. Un ritardo significativo in termini di dotazione tecnologica delle scuole italiane si riscontra anche negli altri livelli scolastici¹.

Le società del Gruppo, inoltre, considerano con favore e, se del caso, forniscono sostegno a iniziative sociali, culturali e educative orientate alla promozione della persona e al miglioramento delle sue condizioni di vita.

[G4-DMA Local Communities]

Temi materiali in questo capitolo:

- gestione dell'innovazione¹
- copertura della rete e Disaster Recovery²
- programmi di anticorruzione

Policy aziendali rilevanti:

Codice Etico e di Condotta del Gruppo Telecom Italia, Policy Diritti Umani, Policy anticorruzione, Procedura segnalazioni per il controllo interno, Procedura segnalazioni al Collegio Sindacale, Linee guida del Gruppo Telecom Italia per i contributi volontari alla comunità, Guidelines concerning the relations between Telecom Italia and Local Administrations and other Local Entities, Guidelines concerning stakeholder engagement in Telecom Italia, disponibili sul sito telecomitalia.com

¹ Questo tema è trattato anche nel capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale*.

² Questo tema è trattato anche nei capitoli *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale* e *Essere sostenibili in Telecom Italia*.



Efficacia e monitoraggio:

per tenere sotto controllo l'efficacia dei processi di gestione, oltre al monitoraggio previsto dai sistemi di gestione e dalle strutture preposte al controllo interno, l'azienda fa uso di alcuni KPI numerici. Il presente capitolo espone quelli relativi alla formazione sulle procedure anti-corrruzione, sugli episodi di corruzione rilevati in Azienda e tra i suoi fornitori. Rilevanti sono inoltre i KPI relativi alla copertura del territorio con le infrastrutture di larga banda, esposti nel capitolo *Digitalizzazione connettività e innovazione sociale*.

La tabella seguente riepiloga la strategia d'investimento del Gruppo nella comunità, definita anche sulla base dei principi d'inclusione e materialità dello standard AccountAbility 1000 (cfr. *Nota Metodologica*).

MACRO AREE D'INTERVENTO	INDIVIDUAZIONE DEI PROGETTI	REALIZZAZIONE DEI PROGETTI
<p>Gli investimenti nella comunità riguardano due principali aree d'intervento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ attività volontarie coerenti con il core business del Gruppo, collegate all'offerta di servizi ICT¹; ■ attività finalizzate allo sviluppo generale della comunità che comprendono principalmente le attività di Fondazione Telecom Italia. 	<p>Telecom Italia individua i progetti da realizzare sulla base di:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ consultazione degli stakeholder e contatti diretti con le associazioni della società civile; ■ progetti di partnership con stakeholder e associazioni; ■ benchmark con gli altri operatori di TLC europei; ■ partecipazione ad associazioni di settore; ■ conoscenza delle problematiche di settore condivisa con le altre funzioni del Gruppo; ■ sollecitazioni esterne come risposta a urgenze sociali (per esempio nel caso di terremoti). 	<p>La realizzazione di ciascun progetto passa attraverso 4 fasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ pianificazione: vengono individuati gli obiettivi da raggiungere, i destinatari del progetto, le tempistiche delle singole attività, la durata complessiva dell'iniziativa, i modi per monitorare il progetto, il budget; ■ selezione: <ul style="list-style-type: none"> ◆ tramite bandi pubblici; ◆ tramite scelta diretta dell'Azienda, maturata a valle del processo di consultazione degli stakeholder, in coerenza con le linee guida per i contributi volontari alla comunità²; ■ gestione: di regola avviene attraverso partnership o accordi quadro. Talvolta vengono effettuate delle erogazioni in denaro lasciando la gestione dell'attività all'ente/associazione beneficiari; ■ controllo: avviene con modalità differenti a seconda delle peculiarità dei singoli progetti.

Per i progetti con le comunità, le società del Gruppo interagiscono con:

- la società civile: tutti i cittadini e quelli con particolari esigenze (giovani, anziani, diversamente abili, ecc.), le loro associazioni rappresentative e le non profit in genere;
- le Istituzioni: enti locali e Istituzioni centrali nazionali e sovranazionali;
- gli istituti universitari e di ricerca;
- i media tradizionali e i social media.

¹ Nel presente capitolo sono riportati esclusivamente i prodotti/servizi offerti a titolo gratuito mentre quelli che, pur avendo un impatto significativo sulla comunità, sono offerti a pagamento, sono inclusi nel capitolo Digitalizzazione.

² Le linee guida per i contributi volontari alla comunità sono disponibili sul sito telecomitalia.com, sezione sostenibilità, alla voce codici e politiche, politiche per l'ambiente e il sociale.



RAPPORTI CON LE COMUNITÀ LOCALI

[G4-DMA Local Communities] Telecom Italia si impegna quotidianamente affinché le sue relazioni con le Amministrazioni e gli enti locali siano durature e soddisfacenti, nel convincimento che solo in questo modo si possano creare le condizioni per la crescita di entrambe le parti che consenta agli enti locali di migliorare la qualità della vita dei cittadini e a Telecom Italia di raggiungere gli obiettivi di business.

Per raggiungere questa finalità, Telecom Italia, nelle sue operazioni, pone in primo piano il rispetto dei diritti delle comunità locali e offre soluzioni adeguate alle esigenze espresse dagli enti locali su temi relativi alle tecnologie delle comunicazioni, raccogliendo le istanze che sorgono spontaneamente e informando gli enti locali sulle innovazioni tecnologiche che possono migliorare la qualità della vita e la diffusione della cultura digitale.

In Telecom Italia esiste una funzione centrale interamente dedicata alla gestione delle relazioni con gli enti locali, che, tra l'altro, coordina le relazioni intrattenute dalle funzioni territoriali con gli enti locali anche tramite i "local accounts". Inoltre, insieme a eventuali altri settori coinvolti per questioni specifiche, questa funzione centrale:

- definisce i criteri per selezionare gli enti locali con cui avere relazioni, così come le modalità di gestione delle relazioni;
- valuta i rischi e le opportunità derivanti da tali relazioni;
- stabilisce le priorità;
- contribuisce alla redazione di accordi con gli enti locali;
- ascolta sistematicamente le richieste e le segnalazioni degli enti locali e provvede al loro corretto indirizzamento presso le funzioni competenti all'interno di Telecom Italia;
- organizza sessioni di ascolto e incontri informativi;
- supporta le altre funzioni di Telecom Italia nel momento in cui debbono realizzare un progetto che impatta sul territorio;
- organizza sessioni con i local accounts territoriali allo scopo di condividere informazioni su argomenti rilevanti;
- esercita un ruolo di facilitatore per la realizzazione di progetti.

Poiché la mission primaria di Telecom Italia è la fornitura di servizi ICT, particolare attenzione viene posta alle organizzazioni che hanno a che fare con tali servizi, in particolare a chi si occupa di:

- upgrade e sviluppo delle reti;
- miglioramento di servizi ICT pubblici;
- copertura broadband;
- inclusione digitale di tipo sociale;
- realizzazione dell'Agenda Digitale.

Le modalità di gestione dei progetti congiunti tra Telecom Italia e gli enti locali prevedono la definizione di ruoli e doveri di ciascuna parte, meccanismi di controllo formali e strumenti di misurazione. Telecom Italia favorisce la costituzione di comitati di controllo congiunti, cioè, comitati formati da rappresentanti di tutte le parti coinvolte. La composizione e gli obiettivi dei comitati sono definiti secondo le esigenze specifiche del progetto, e prevedono la presenza degli stakeholder senza alcun tipo di discriminazione, in particolare di genere.

Nel pieno rispetto dei principi di trasparenza e accountability, Telecom Italia risponde in modo flessibile alle richieste pervenute con qualunque modalità.

[G4-SO1] In virtù della capillarità della sua rete, il Gruppo intrattiene rapporti con gli enti locali su tutto il territorio in cui opera, e le attività di valutazione degli impatti delle operazioni e dei piani di sviluppo vengono effettuate per qualsiasi tipo di intervento, che avviene comunque sempre nel pieno rispetto non solo della normativa vigente, ma anche delle esigenze delle comunità locali.

[G4-SO2] I possibili impatti negativi, dovuti esclusivamente agli scavi per canalizzazione o al posizionamento delle stazioni radio base, sono mitigati grazie all'utilizzo di tecnologie a basso impatto ambientale, quali le minitrincee e grazie agli accordi preventivi con le comunità locali, ad esempio, sui luoghi dove posizionare le antenne.

In Brasile, in particolare, per decidere sul posizionamento delle stazioni radio base, vengono regolarmente consultate le istituzioni preposte alla salvaguardia dell'ambiente oltre a utilizzare strutture multifunzionali che migliorano la qualità della trasmissione dati e possono essere contestualmente utilizzate per l'illuminazione pubblica e la videosorveglianza¹.

E-LEARNING E DIDATTICA DIGITALE EVOLUTA

La domanda di servizi didattici evoluti ha subito una profonda trasformazione nel corso degli ultimi anni. Il focus si è spostato dalla semplice fruizione elettronica di contenuti alla diffusione e condivisione della conoscenza mediante nuove metodologie, più coinvolgenti per i giovani, basate sui modelli del web 2.0. Le soluzioni già integrate sulla piattaforma di e-learning di Telecom Italia e i prototipi di quelle sviluppate analizzando i requisiti del mondo scolastico soddisfano la domanda di servizi evoluti basati sulla collaborazione, la comunicazione e il coinvolgimento degli utenti finali.

eSchooling

Le giovani generazioni ricorrono all'innovazione tecnologica quotidianamente, anche attraverso le social community e le innumerevoli fonti di informazioni presenti online; questo contesto richiede l'identificazione di nuovi modelli di didattica digitale, coerenti con gli stili di acquisizione delle conoscenze e competenze.

Il progetto, partendo dalle tecnologie adottate e/o adottabili nel contesto scuola e dalle esigenze di una nuova forma d'istruzione partecipata, ha definito e validato un "modello di didattica digitale per la scuola" sostenibile e capace d'integrare le tecnologie (anche "sociali") in maniera efficace, per sostenere i rinnovati processi di apprendimento ed estenderli fuori dall'aula.

Il progetto si è concluso nel 2015 e gli obiettivi tecnico-scientifici raggiunti sono stati:

- la definizione di un modello di comunicazione scolastica supportata dalle tecnologie digitali, nelle sue relazioni intra-inter-extra scolastiche, per la promozione di una Learning Community;
- la determinazione di un modello di sostegno per l'apprendimento, che si muove verso il "supporto dei processi cognitivi" e supera il paradigma tradizionale della "presentazione di contenuto";
- la definizione di un modello editoriale metodologico-didattico, in grado di offrire un "format" editoriale flessibile;
- l'individuazione e la predisposizione di un modello di didattica digitale, che integri i modelli specifici individuati e sia basato sugli standard didattici e metodologici specifici;
- lo sviluppo dei prototipi per i vari modelli individuati.

¹ TIM Brasil ha lanciato il Biosite, un palo metallico capace di supportare tutto l'equipaggiamento necessario per l'installazione di una Stazione Radio Base all'interno della propria struttura (sistemare formattazione) come meglio spiegato nel capitolo *Tutela dell'ambiente* e nella Scheda CSV Biosite.



Progetti di Cultura digitale

Denominatore comune di tutti i progetti è la costruzione di relazioni partecipative, eque e stabili e modelli d'intervento replicabili sia all'interno sia all'esterno. Queste iniziative s'inquadrano nelle attività di Corporate Shared Value #ilfuturoèditutti, un programma d'interventi basati sulla creazione di valore condiviso con le comunità in cui l'Azienda opera.

“EducaTI” è il progetto CSV per l'Educazione al digitale sviluppato per gli studenti, corpo docente e famiglie, un programma pluriennale e sinergico che prevede l'implementazione di una serie di iniziative complementari, realizzate in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR) e con alcuni partner istituzionali di eccellenza. Di seguito le principali:

- **Programma il futuro:** il Gruppo è la prima azienda ad aver aderito, nel ruolo di partner “Fondatore Mecenate” all'iniziativa “Programma il futuro” del MIUR per favorire l'introduzione del pensiero computazionale e della programmazione (il coding) per gli studenti delle scuole primarie. L'iniziativa è attuata dal CINI (Consorzio Interuniversitario Nazionale per Informatica). L'Azienda collabora e contribuisce attraverso tre tipologie d'interventi, dando supporto economico (con il sostegno alle attività e l'assegnazione di premi per le scuole più meritevoli) attraverso la comunicazione (con attività di sviluppo dell'iniziativa attraverso il sito web telecomitalia.com e i canali Social del Gruppo) e fornendo Volontariato d'impresa. L'Azienda mette a disposizione propri dipendenti volontari (oltre 400) per offrire supporto e attività di tutoraggio per docenti e studenti. L'impegno consentirà di raggiungere l'obiettivo di garantire una presenza di proprio personale in circa 4.000 classi nei tre anni di piano. L'iniziativa è stata avviata a fine 2014 e si svolgerà per i prossimi tre anni scolastici. A fine maggio 2015 si è svolta presso il MIUR, la cerimonia di premiazione a conclusione del primo anno dell'iniziativa che ha visto oltre 300.000 studenti protagonisti, circa 2.100 scuole partecipanti e 16.500 classi coinvolte. A ottobre 2015 sono ricominciate le attività per il secondo anno; in particolare l'8 ottobre si è svolta TIM4CODING”, una giornata dove in 100 scuole italiane, 100 volontari hanno garantito supporto didattico ai docenti e ai ragazzi per favorire l'introduzione nelle scuole dell'informatica.
- **Una vita da social:** nel corso del 2015 il Gruppo ha rinnovato la collaborazione con la Polizia Postale e delle Comunicazioni per la realizzazione della seconda edizione di Una vita da social, un tour itinerante, che mira a sensibilizzare i più giovani sul tema della sicurezza on line e sui pericoli connessi all'utilizzo non consapevole della rete internet e dei social. Il progetto è stato curato dall'Ufficio Relazioni Esterne e Cerimoniale della Segreteria del Dipartimento della Polizia di Stato e in collaborazione con il MIUR. Il tour di educazione alla legalità sul web si è sviluppato sull'intero territorio nazionale, in tutte le regioni e su più città e piccoli centri, dove TIM ha curato interventi e presentazioni di propri rappresentanti delle funzioni Marketing e Security, sul tema della sicurezza in rete e le attività di comunicazione attraverso il sito corporate ed i canali social del Gruppo. E' stato realizzato, in collaborazione con Polizia di Stato il «decalogo per i giovani navigatori: le regole per navigare sicuri» con i 10 comportamenti virtuosi che un ragazzo “social” deve seguire in rete: i relativi opuscoli informativi sono stati distribuiti durante le tappe del tour. La seconda edizione dell'iniziativa è terminata a giugno 2015, ha toccato 55 città, coinvolgendo oltre 400.000 studenti nelle scuole e più di 100.000 nelle piazze. Inoltre è stata realizzata un'edizione speciale del tour a Milano Expo, proponendo ai visitatori l'ingresso e lo stazionamento del truck all'interno della Fiera (9 e 10 maggio) e la realizzazione di un corner dedicato per la Polizia di Stato all'interno del temporary store aziendale.
- **YouTeach:** è un contest creativo realizzato in collaborazione con il MIUR, dedicato alle scuole secondarie di secondo grado di tutto il territorio nazionale e che prevede la realizzazione di video in cui, in un'inversione di ruoli, gli studenti conducono una lezione ai propri docenti sull'uso dei social network. Obiettivo dell'iniziativa è stato il coinvolgimento del 10% delle 5.000 scuole secondarie superiori e la ricezione di 50 produzioni video. Le classi partecipanti hanno dovuto preparare e filmare con uno smartphone una lezione della durata massima di cinque minuti, destinata ai docenti, sull'uso responsabile di Facebook, Twitter, Instagram o YouTube. Il Contest ha premiato i filmati ricevuti (circa 120) che meglio hanno saputo trasmettere il processo di apprendimento allo strumento social e la sua valenza riguardo alla cultura digitale da diffondere a scuola.



- **TIM WebRulez:** una campagna di educazione al digitale che ha visto protagonisti dieci webstar quali ambassador del decalogo sviluppato in collaborazione con la Polizia di Stato per diffondere l'uso responsabile della rete tra i ragazzi. Il sito web di TIMWebRulez offre anche una sezione dedicata alla riflessione scientifica sui temi della sicurezza in rete: dieci casi reali, fatti di cronaca, riconducibili ognuno a una delle dieci regole, commentati dagli esperti della Polizia Postale e delle Comunicazioni e dell'Istituto Minotauro di Milano.

Fra le altre iniziative dedicate al mondo della scuola si segnalano:

- **Applicazioni tecniche 2.0:** un evento realizzato a Torino con 20 scuole durante il quale è stata erogata in contemporanea una lezione introduttiva che ha consentito a circa 1000 studenti di Scuole Secondarie di Primo Grado della città di acquisire le prime competenze di elettronica/making/DIY (do it yourself) stimolandoli all'uso consapevole delle nuove tecnologie attraverso un'esperienza di problem solving e di creatività tecnologica.
- **TIM Young College:** un'offerta dedicata agli studenti che consiste in un pacchetto composto da Tablet+connettività+contenuti dedicati allo studio.
- **Progetto Io Studio:** dal 2009 Telecom Italia è partner del MIUR per questo progetto che ha il fine di fornire agli studenti delle scuole secondarie in possesso della Carta dello Studente, offerte di tutti i settori merceologiche a condizioni agevolate. Il Gruppo fornisce offerte dedicate per parlare, inviare sms e navigare.
- **#TIMgirlsHackathon:** l'Azienda organizza un hackathon¹ destinato alle ragazze dell'ultimo triennio degli istituti superiori. Questa esperienza di coding permette loro di vivere il mondo della tecnologia da protagoniste, un'immersione totale di circa 7 ore per far emergere il lato femminile della tecnologia. Si tratta di un progetto di grande respiro in grado di coinvolgere giovani donne che vorrebbero entrare a far parte del mondo della tecnologia o che vi si vogliono avvicinare ma non si sentono abbastanza sicure delle proprie competenze.

Inoltre, Telecom Italia è membro dell'advisory board del SIC - Safer Internet Center italiano - nell'ambito del progetto Generazioni Connesse del MIUR e fa parte dell'Associazione "ICT Coalition for Children Online", una piattaforma di circa 20 aziende ICT operanti in Europa (tra cui alcune telco e player come Microsoft, Google, Facebook, Twitter, ecc.) che aiuta i giovani utenti europei di internet ad affrontare i rischi e le sfide della rete.

Cultura digitale è anche l'ambito dei progetti finalizzati ad avvicinare contenuti culturali d'eccellenza e linguaggi digitali, capitalizzando le possibilità di interazione offerte dalla rete. In questo modo l'Azienda si attesta come partner innovativo del sistema culturale e artistico italiano. Utilizzando le tecnologie digitali viene generato valore condiviso: Telecom Italia assume dunque un ruolo riconosciuto dagli interlocutori che la affiancano nei diversi settori culturali delle iniziative di diffusione digitale. La partnership con Accademia Nazionale di Santa Cecilia si sviluppa nel progetto PappanoinWeb, ideato per portare la grande musica classica sul web, che nel 2015 è giunto alla quinta edizione e si arricchisce dell'esperienza offerta dalla ripresa "panoramica 360°". Durante i cinque anni di programmazione i concerti proposti sono stati seguiti da oltre 200mila utenti streaming su telecomitalia.com/pappanoinweb, grazie anche alle guide all'ascolto, alle interviste esclusive e alla possibilità di interagire con un esperto musicologo dell'Accademia durante le dirette. Una grande prova aperta ha inoltre permesso a circa 2.000 colleghi di vivere l'emozione del backstage con i protagonisti e assistere senza filtri alle difficoltà di una performance musicale di alto livello.

Per quanto riguarda la scrittura, si segnalano la collaborazione con la webzine Eutopia (nata dalla partnership tra l'Azienda ed Editori Laterza) e la partnership con Scuola Holden di Torino fondata da Alessandro Baricco. La prima risponde all'obiettivo di avvicinare il pubblico, in particolare quello più giovane, al dibattito sulle prospettive di un nuovo modello europeo di società. La seconda invece sperimenta nuovi modi di insegnare e condividere idee, conoscenze, creatività attraverso il digitale. La rete diviene veicolo per mettere a disposizione del grande pubblico del web lezioni con grandi maestri ed eventi speciali che accadono nella Scuola. La collaborazione ha reso possibile la realizzazione di un laboratorio multimediale d'avanguardia, come l'esperimento di social writing #wehaveadream. La Scuola Holden supporta inoltre, con un gruppo di lavoro formato dai migliori studenti, la comunicazione di tutte le tappe del progetto itinerante Digital Championship, promosso dall'Azienda e dall'associazione Digital Champions.

¹ Il termine nasce come composizione dei due termini: hack e marathon, a partire dal virtuosismo informatico promosso dagli hacker; è un evento a cui partecipano, a vario titolo, esperti di diversi settori dell'informatica e tra le finalità, oltre a obiettivi di carattere tecnico, possono essere inclusi obiettivi didattici e sociali.



Sul fronte brasiliano, la strategia d’investimento sociale di Tim Participações mira a favorire l’inclusione sociale delle fasce svantaggiate della popolazione brasiliana, in particolare bambini e adolescenti, attraverso la realizzazione di progetti educativi che rafforzino il concetto di “impresa senza frontiere” anche all’interno della sfera sociale.

Nel 2013 è stato fondato l’Istituto TIM al fine di impostare strategie e mettere in campo risorse per la diffusione di scienza e innovazione a supporto dello sviluppo della collettività in Brasile, in particolare attraverso la tecnologia mobile.

Sono state individuate quattro aree d’intervento sulle quali sviluppare progetti:

- education/insegnamento
- application
- lavoro
- inclusione sociale

Di seguito un riepilogo del “modus operandi” dell’Istituto TIM:

MODALITA'	OBIETTIVI STRATEGICI	SELEZIONE E CONTROLLO PROGETTI
<ul style="list-style-type: none"> ■ Partnership con organizzazioni, Istituzioni e enti pubblici e privati. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Realizzazione di progetti educativi per l’inclusione sociale di giovani e adolescenti. ■ Realizzazione di progetti di formazione per incentivare l’uso quotidiano del web e del mobile come strumenti di sviluppo e inclusione sociale. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ La selezione dei progetti avviene in base alla loro rispondenza alle strategie e ai requisiti aziendali. ■ Il controllo delle iniziative e loro valutazione finale avviene a posteriori. Per ciascun progetto viene redatto un report in cui viene fornita una descrizione dettagliata dell’iniziativa e i risultati raggiunti, anche in termini quantitativi.

O Círculo da Matemática do Brasil (Il Circolo dei Matematici brasiliano)

Uno dei maggiori ostacoli che si frappone al progresso scientifico e tecnologico in Brasile è lo scarso livello dell’insegnamento della matematica nelle scuole. Secondo il Ministero dell’istruzione, solo il 42% degli studenti di terza elementare è capace di eseguire semplici operazioni aritmetiche come addizioni e sottrazioni. Nel Programma Internazionale per la Valutazione dell’Allievo (PISA) 2012, il Brasile, considerati i risultati ottenuti in matematica dai suoi studenti, si è posizionato solo al 59° posto in una classifica che interessava 65 nazioni. Focalizzando l’attenzione sui primi anni della scuola primaria, il progetto O Círculo da Matemática do Brasil, in collaborazione con i suoi fondatori, i professori Bob ed Ellen Kaplan dell’Università di Harvard, introduce nel Paese l’approccio del Circolo della Matematica, perfezionando e adattandone i contenuti alla realtà brasiliana. Il punto di forza del Circolo della Matematica sta nel suo aspetto pedagogico, secondo cui la partecipazione e la riflessione degli studenti è fondamentale per l’apprendimento delle conoscenze matematiche. Nel 2013, si sono tenute 7.000 lezioni legate al progetto, con il coinvolgimento di oltre 6.000 studenti tra i 7 e i 9 anni provenienti da 61 scuole di tutto il Paese. Il progetto è iniziato con la formazione di 50 insegnanti selezionati da scuole pubbliche di tutto il Paese. Gli insegnanti hanno preso parte ad un workshop di formazione con Bob e Ellen Kaplan e hanno imparato a replicare in aula l’approccio del Circolo della Matematica con i propri studenti. Alla fine del periodo è stata condotta una valutazione sull’impatto del progetto, che ha dimostrato che in soli tre mesi le competenze degli studenti in matematica erano aumentate del 5,7%. Nel 2014 si sono tenute oltre 14.000 lezioni presso scuole pubbliche brasiliane nei comuni di Duque de Caxias (RJ), Porto Velho (RO), Belém (PA), Brasilia (DF), Fortaleza (CE), Aracaju (SE), Salvador (BA), Porto Alegre (RS), Rio de Janeiro (RJ) e San Paolo (SP), coinvolgendo 8.000 studenti e promuovendo la formazione di 200 insegnanti provenienti dalle scuole in cui si sono tenute le lezioni. Nel luglio dello stesso anno, sono stati selezionati tre insegnanti per partecipare alla 7ª formazione annuale tenutasi nel Math Circle Summer Teacher Training Institute, presso l’Università di Notre Dame, nell’Indiana (Stati Uniti), in veste di ambasciatori del programma O Círculo da Matemática do Brasil. La valutazione sull’impatto registrato alla fine dell’anno ha evidenziato che i bambini che hanno preso parte al progetto hanno migliorato le proprie competenze in matematica in media del 7,3%.

Nel 2015 sono state coinvolte nel progetto e lo sono tuttora, 12 città, e 5.546 studenti. Nel mese di giugno, 50 insegnanti hanno iniziato a prendere parte attivamente a questo processo di formazione, replicandone l'approccio e divenendo responsabili della formazione di altri 1.800 insegnanti. Ciò permetterà a più di 50.000 studenti di 20 città brasiliane di godere dei frutti di questo metodo di insegnamento.

TIM Faz Ciência (TIM fa scienza)

I risultati degli studenti brasiliani in ambito scientifico sono tutt'altro che ideali. Il test di scienze condotto nel 2012 dal PISA (Programma Internazionale per la valutazione dell'allievo), ha posto il Brasile al 59° posto di una classifica che interessava 65 paesi. Tra i tre ambiti valutati - lettura, matematica e scienze - quest'ultimo è stato quello in cui gli studenti brasiliani hanno ottenuto i risultati meno soddisfacenti. Tuttavia, durante l'anno scolastico 2014, più di 2.000 insegnanti delle scuole pubbliche di tutto il Paese sono stati in grado di applicare un approccio più interessante durante le lezioni di scienze. Nella seconda metà del 2013, l'Istituto TIM ha dato vita a TIM Faz Ciência (TIM Fa Scienza): un'attività educativa rivolta a insegnanti e studenti del 4° e 5° anno della scuola primaria. Il progetto prevede lo sviluppo di un insieme di risorse volte a guidare i docenti nell'insegnamento delle basi del pensiero scientifico ai bambini. Il contenuto esplora le nozioni di definizione, osservazione, formulazione di domande e ipotesi, classificazione, verifica, applicazione e generalizzazione. Complessivamente, nel 2014, 70.000 studenti sono stati invitati ad esplorare le nozioni e i concetti scientifici in modo più piacevole ed efficace. Nel 2015, il programma ha coinvolto oltre 125.000 studenti e 4.000 insegnanti ed è stato adottato da 6 città come progetto di formazione locale.

Maggiori informazioni sono disponibili sul Bilancio di sostenibilità di Tim Participações e sul sito en.institutotim.org.br.



Cultura digitale

PROGETTI DI CORPORATE SHARED VALUE



SCUOLA DIGITALE



Lo scenario

Nel corso degli ultimi anni l'avvento di nuove tecnologie informatiche, la disponibilità di reti trasmissive sempre più veloci ed evolute e l'introduzione di social network, hanno permesso il contatto globale tra gli individui e l'accesso alle informazioni. Questa rapida evoluzione, aiutata dal veloce sviluppo degli strumenti informatici PC e tablet e anche grazie a norme ed indirizzi comunitari sul tema, ha dato vita, in quasi ogni Paese dell'UE, a un processo di digitalizzazione delle scuole. Il nostro paese è al 6% di sviluppo del progetto europeo Scuola 2.0 secondo la rilevazione OCSE.

In particolare, per l'anno scolastico 2013/2014, l'ultima relazione della Corte dei Conti rileva che 12mila studenti su 180mila hanno un PC, di cui 3.900 anche un tablet. Rispettivamente il 7% e il 2% di copertura di dotazioni ritenute standard.

Tale quadro di riferimento offre a Telecom Italia un potenziale di intervento di ampio respiro e l'opportunità di occupare un ruolo di propulsore determinante per il piano Paese in tema di digitalizzazione dell'istruzione ed educazione dei ragazzi al digitale anche in ambito scolastico.

Nel 2015 l'Azienda ha attivamente partecipato alla scuola digitale con il progetto EducaTI e Tim College.

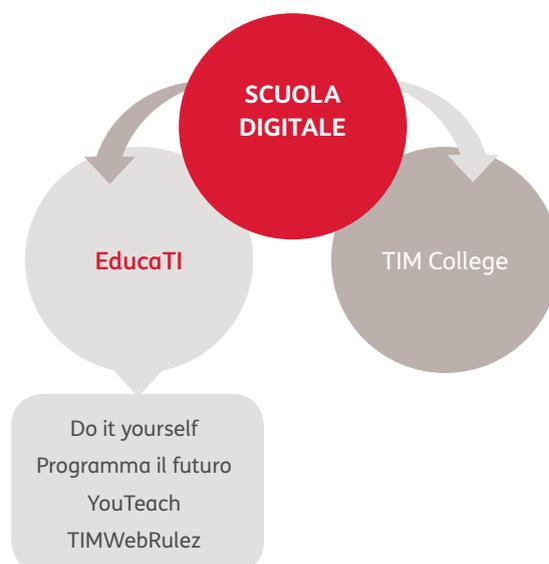
EducaTI

È il progetto che sintetizza l'impegno di Telecom Italia nei confronti della scuola italiana.

La scuola, essendo luogo per eccellenza deputato all'apprendimento, deve aprirsi al cambiamento digitale. Avere in aula un PC connesso a internet non basta più, serve arricchire il metodo di insegnamento e apprendimento, docenti e studenti all'utilizzo delle tecnologie e a una fruizione responsabile della rete.

Telecom Italia già da tempo si impegna a rendere smart la scuola italiana; il 2015 è stato un anno importante perché ha contribuito fattivamente alla realizzazione del piano sulla Buona Scuola attraverso i progetti (cfr. i dettagli nei singoli box):

- Do it yourself
- Programma il futuro
- YouTeach
- TIMWebRulez





Economic Shared Value

Business Value:

- 22 milioni di reach
- 136 uscite stampa
- 233.351 page views
- 185.000 video views

Social Value: 608.000 euro

EducaTI

DO IT YOURSELF - Applicazioni tecniche 2.0

Il Digital Making arriva nelle scuole

L'elettronica open source con Arduino e la programmazione visuale di Scratch sono arrivate tra i banchi di 20 scuole torinesi grazie all'iniziativa di Do it yourself - Applicazioni tecniche 2.0.

L'incontro si è svolto in contemporanea in 20 scuole secondarie di primo grado di Torino ed è stato trasmesso in live streaming. L'evento, organizzato da Telecom Italia, si è svolto tramite una lezione introduttiva che ha consentito a 1.000 studenti di acquisire le prime competenze di elettronica/making/DIY (do it yourself), stimolandoli all'uso consapevole delle nuove tecnologie attraverso un'esperienza di problem solving e creatività tecnologica.

La lezione è stata suddivisa in quattro parti che hanno portato studenti e professori a sperimentare un semplice esempio di percorso didattico sul tema dell'elettronica.

Le scuole sono state fornite di kit hardware e i ragazzi sono stati guidati in una lezione pratica da un team di docenti specializzati con cui hanno affrontato un percorso formativo pratico, portando a termine il mini-progetto finale.

Alcuni numeri del progetto

- 20 scuole secondarie di primo grado
- 4 temi trattati nelle lezioni
- 3 mini progetti sviluppati in ogni classe

EducaTI

Programma il futuro

Il modo in cui i nativi digitali si accostano alle nuove tecnologie implica un cambiamento nei processi di apprendimento e nei percorsi educativi.

I nuovi media rappresentano in misura crescente una dimensione imprescindibile per i ragazzi fin dai primi anni di vita. Tuttavia, la facilità d'accesso, di produzione e pubblicazione di contenuti non sempre è accompagnata da una crescita culturale e una capacità riflessiva e critica.

Istruire giovani utilizzatori, responsabili e consapevoli delle nuove tecnologie, ma anche reinventare il loro modo di studiare grazie al web, sperimentare un nuovo modo di stare a scuola che coniughi lo studio con la dimensione del gioco, è condizione essenziale per i bambini e i ragazzi di oggi.

La scuola italiana ha privilegiato l'insegnamento dell'informatica come disciplina meramente tecnologica, necessaria allo sviluppo solo di specifiche professionalità. Diversamente è stato fatto in altri Paesi europei e soprattutto negli Stati Uniti dove ha avuto un enorme successo l'iniziativa Code.org che ha realizzato l'omonimo sito.

Inoltre, il Gruppo, nel ruolo di partner di riferimento del progetto, ha organizzato, in occasione della giornate europee e mondiali del coding, due iniziative speciali di promozione del progetto, coinvolgendo in tutte le regioni italiane oltre 230 scuole (in oltre 30 città), ovvero per un dato complessivo di 750 classi e 19.000 alunni che in contemporanea hanno svolto l'ora di coding.

Alcuni numeri del progetto

- 370 scuole coinvolte al 31/12/2015
- 1.871 numero di classi pianificate
- 47.000 studenti coinvolti
- 282 colleghi impegnati



YouTeach

YouTeach è un contest creativo realizzato dal Gruppo in collaborazione con il MIUR, che ha previsto la realizzazione di video in cui gli studenti hanno impartito una lezione ai propri docenti sull'uso dei social network.

Le classi partecipanti hanno preparato e filmato con uno smartphone, una lezione della durata massima di cinque minuti, sull'uso responsabile di Facebook, Twitter, Instagram o YouTube.

Il contest ha premiato i filmati che meglio hanno saputo trasmettere il processo di apprendimento allo strumento social e la sua valenza in relazione alla cultura digitale da diffondere a scuola.

Alcuni benefici del progetto

- evidenziare i vantaggi e i benefici relativi all'uso dei Social Network ed in generale della rete;
- facilitare e contribuire alla diffusione di opinioni positive sulla rete, quale motore ed acceleratore di good-practices;
- sensibilizzare ad un uso consapevole della rete, coinvolgendo studenti e docenti;
- stimolare e offrire ai giovani opportunità creative e virtuose nell'utilizzo della rete.

Alcuni numeri del progetto

- 100 video presentati
- almeno 2.000 studenti coinvolti
- 100 docenti interessati.

TIMWebRULEZ

TIMWebRulez è una campagna di educazione al digitale che ha visto protagonisti dieci webstar quali ambassador del decalogo sviluppato in collaborazione con la Polizia di Stato per diffondere l'uso responsabile della rete tra i ragazzi. Il sito web di TIMWebRulez offre anche una sezione dedicata alla riflessione scientifica sui temi della sicurezza in rete: dieci casi reali, fatti di cronaca, riconducibili ognuno a una delle dieci regole, commentati dagli esperti della Polizia Postale e delle Comunicazioni e dell'Istituto Minotauro di Milano.

Da una ricerca presentata lo scorso settembre in occasione della conferenza internazionale "Global Trends in Online Safety" realizzata con il FOSI, risulta che solo nel 55% dei casi i genitori consigliano ai propri ragazzi come gestire la propria privacy online, mentre a scuola solo il 33% dei docenti discute con i propri alunni di sicurezza in rete. Anche dalla ricerca "La bruttezza immaginaria" - sostenuta da Fondazione Telecom Italia e sviluppata dal Professor Gustavo Pietropolli Charmet - emerge una problematica adolescenziale che spinge, da un lato, i ragazzi ad isolarsi e quindi a rimanere lontano dai luoghi abitualmente frequentati dai coetanei, dall'altro a immergersi in una dimensione virtuale caratterizzata da un iperutilizzo delle nuove tecnologie.

Crescono così fenomeni quali il cyberbullismo, la creazione di contenuti violenti, di messaggi di odio o razzisti e le aggressioni, passati dal 39% nel 2010 al 55% nel 2014.

È quindi fondamentale promuovere campagne di sensibilizzazione, che contribuiscano a promuovere le buone pratiche e i comportamenti virtuosi in rete.

Alcuni numeri del progetto

- reach di oltre 14 milioni
- 11.000 condivisioni
- 178.000 likes
- 77.000 pagine visitate
- 4.000 ragazzi registrati per partecipare al concorso



TIM College

Economic Shared Value

Business Value: 442.426 euro

Social Value: 121.300 euro

L'offerta TIM College esprime l'impegno a portare la tecnologia all'interno della scuola italiana. L'offerta è dedicata agli under 30 con l'obiettivo di dare impulso alla scuola digitale mettendo a disposizione un valido strumento che possa aiutare i giovani nello studio e nella formazione.

L'Azienda è stata la prima a lanciare sul mercato un'offerta dedicata agli studenti nel maggio 2014 su tutto il territorio italiano. L'offerta è stata successivamente riproposta a maggio 2015 introducendo nuovi contenuti utili agli studenti e cambiando il tablet associato. L'attuale offerta in commercializzazione prevede un tablet Samsung Galaxy Tab A 9.7" LTE, con connettività 4G, un bundle di traffico dati da 5 GB al mese e una serie di contenuti didattici in formato digitale dedicati ai ragazzi di età compresa tra i 14 e i 18 anni, tra cui un corso di lingua a scelta tra inglese, francese, spagnolo e tedesco e un corso di matematica; entrambi per la durata di 30 mesi. Completano l'offerta 21 classici della letteratura italiana, 3 manuali, un bonus di 50 euro per l'acquisto di libri scolastici in digitale su scuolabook.it e l'accesso alla piattaforma di apprendimento Oilproject.

Alcuni numeri del progetto

Durante il 2015 sono stati venduti 1.992 pack, che sommati ai precedenti portano ad un totale di 5.300 clienti, ottenendo ricavi per circa 540.000 euro. Con le offerte sono stati distribuiti 5.300 tablet favorendo l'inclusione digitale degli studenti e l'approccio ad un nuovo modo di studiare, anche grazie a due elementi: la capacità degli apparati di supportare le innovative connessioni 4G LTE; il traffico dati incluso è di 5 Giga al mese.

L'Azienda nell'offerta ha inoltre inserito molti contenuti per lo studio e l'approfondimento scolastico per dare uno slancio alla digitalizzazione della scuola partendo dallo studente.

L'adozione di testi scolastici digitali, oltre a favorire la digitalizzazione del mondo della scuola, ha portato anche ad un risparmio di circa 2.885 tonnellate di carta con conseguenti riduzioni delle emissioni di CO₂, derivanti dal ciclo di produzione della carta e un risparmio di circa 87mila tonnellate di acqua.

L'interesse dei clienti è stato confermato dall'adesione pari al 40% che rappresenta un valore elevato se paragonato ai dati registrati da altre offerte analoghe.

Dati in sintesi:

- 442.426 euro di ricavi realizzati grazie all'iniziativa
- 5.300 tablet distribuiti
- riduzione del 90% del peso degli zaini
- 2.885 tonnellate di carta risparmiate
- 87mila tonnellate di acqua risparmiate grazie all'acquisto di libri scolastici in formato digitale
- 121.300 euro distribuiti ai clienti

La metodologia della Scuola Digitale

Il Business Value consiste nei ricavi realizzati da Telecom Italia S.p.A. grazie all'offerta TIM College.

Il Social Value, pari a 729.300 euro, è dato da:

- 608.000 euro: investimenti effettuati da Telecom Italia per sostenere il progetto EducaTI.
- 121.300 euro: valore di un bonus medio (prima e seconda versione dell'offerta TIM College) di 60,89 euro moltiplicati per i 1.992 studenti che ne hanno beneficiato.



PARTNERSHIPS CON LA SCUOLA ED IL MONDO ACCADEMICO



Lo scenario

Viviamo ormai da tempo in una “società della conoscenza” nella quale il sapere assume un ruolo centrale, dal punto di vista economico, sociale e politico che si alimenta costantemente attraverso la ricerca e l’innovazione. Gli atenei sono chiamati a favorire l’applicazione diretta, la valorizzazione e l’impiego della conoscenza generata dalla formazione e ricerca, attraverso la collaborazione con le imprese e gli altri attori locali.

E’ in quest’ottica che Telecom Italia ha avviato un nuovo modello di relazione con le principali università e centri di ricerca nazionali ed internazionali atto alla valorizzazione del talento e allo sviluppo delle competenze chiave per il trasferimento dell’innovazione in azienda. L’obiettivo è quello di rafforzare la capacità dell’Azienda di innovare e, allo stesso tempo, contribuire allo sviluppo della ricerca e della formazione dei giovani insieme a scuole e università per contribuire a colmare il gap tra competenze richieste dal mondo del lavoro e offerta formativa.

Scuola e Impresa rappresentano due leve fondamentali per lo sviluppo dell’economia anche in un periodo di difficoltà economica e di trasformazione.

Il progetto “TIM-Network Scuola Impresa” nasce nel 2009 con il patrocinio del MIUR per trasferire le conoscenze chiave, gli scenari ed i trend evolutivi di settore agli studenti, promuovere l’immagine aziendale su tutto il territorio nazionale e valorizzare le competenze dell’Azienda favorendone la diffusione all’esterno.

Dal 2009 al 2015 sono state realizzate 7 Edizioni del Progetto TIM Network Scuola Impresa con il coinvolgimento annuale di 35 istituti scolastici e altrettanti docenti di Telecom Italia.

In relazione alla collaborazione con le università si evidenziano:

- il finanziamento di borse di studio per favorire il conseguimento di un titolo post-laurea a giovani laureati: dal 2011 al 2015 sono state assegnate 131 borse di dottorato dedicate allo sviluppo di specifici progetti di ricerca di interesse aziendale. Per l’anno accademico 2015-2016 sono state previste ulteriori 40 borse di dottorato;
- la collaborazione su corsi di studi post-universitari attraverso il finanziamento di 4 master su tematiche coerenti con il business aziendale;
- un osservatorio permanente a livello nazionale ed europeo su tematiche legate all’innovazione digitale, evoluzione dei jobs e relativi skill per lo sviluppo di nuove competenze per i giovani;
- sponsorizzazione della “Tim Chair in Market Innovation” nell’ambito della pluriennale collaborazione con l’Università Bicconi di Milano.

Le collaborazioni che Telecom Italia attua con scuole e università rientrano a pieno titolo nell’insieme di attività e progetti che l’azienda attua per creare valore condiviso sia per il business che per la società, rafforzando il legame con il tessuto



produttivo locale. Tali partnership, infatti, danno impulso allo sviluppo economico e sociale del territorio e contribuiscono a formare personale con competenze specifiche su aree tematiche di interesse aziendale.

Alcuni numeri del progetto

- 45 università con cui il Gruppo ha attivato delle partnership
- 171 borse di dottorato di ricerca triennali finanziate (27°- 31° ciclo)
- Oltre 1.000 ore di formazione erogate da esperti dell'Azienda nel 2015 in ambito accademico e scolastico
- 40 tesisti gestiti nel 2015
- circa 56 stagisti nel 2015
- circa 2,3 milioni di euro investiti in progetti di collaborazione con le Università nel 2015.

La metodologia

Il Social Value è dato dagli investimenti effettuati da Telecom Italia per sostenere il progetto.



PAPPANOINWEB



Lo scenario

Fondata ufficialmente nel 1585 e trasformatasi nei secoli in moderno ente concertistico sinfonico di fama internazionale, l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia di Roma unisce un corpo accademico composto di 100 membri fra i più illustri esponenti della cultura e dell'arte musicale a un'orchestra e un coro sinfonici fra i più accreditati in campo internazionale, svolge attività di alta formazione musicale e conserva un patrimonio storico ricchissimo, riflesso della sua storia plurisecolare.

Il progetto PappanoinWeb nasce dalla partnership consolidata fra Telecom Italia e l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia. Una collaborazione nata per promuovere la cultura grazie all'utilizzo innovativo del web, incoraggiando la diffusione dei contenuti di qualità e la socializzazione delle esperienze artistiche classiche, coinvolgendo pubblici e canali innovativi di distribuzione di contenuti. Internet e oggi la sempre maggiore diffusione dei device mobili connessi come smartphone e tablet trasformano l'esperienza culturale, in parte trasferendola da offline a online (beni e servizi digitali), in parte aumentando le modalità tradizionali di fruizione di luoghi, contenuti, opere.

Dal 2011 il Gruppo Telecom Italia si è rivolto al grande pubblico di internet per condividere i valori culturali del Paese, come quelli della musica classica. Tutti i concerti sono stati trasmessi in streaming live resi disponibili in modalità on demand su telecomitalia.com/pappanoinweb dove è possibile consultare guide all'ascolto appositamente realizzate e materiale di approfondimento. Il progetto è rivolto sia ai giovani, che sono così messi in grado di accostarsi e apprezzare temi culturali come la musica classica, sia ai meno giovani che, attirati in rete dai contenuti culturali di loro interesse, si avvicinano alle tecnologie digitali comprendendone le potenzialità.

L'edizione 2015 di PappanoinWeb si è articolata in 4 appuntamenti con la partecipazione in diretta del pubblico del web che, grazie alla live chat dedicata, ha condiviso sui social network emozioni e curiosità. Nei suoi cinque anni di programmazione PappanoinWeb è stato seguito da oltre 200.000 utenti connessi in streaming generando forti interazioni sui social network. Nel 2015 la user experience online si è arricchita, inoltre, di nuovi punti di vista grazie alla novità rappresentata dalle tecnologie di ripresa "panoramica 360". Gli oltre 60mila "spettatori 360", in aggiunta agli utenti streaming, che hanno utilizzato l'apposita App sono testimonianza che questa novità sia stata accolta con grande interesse.

Alcuni numeri del progetto

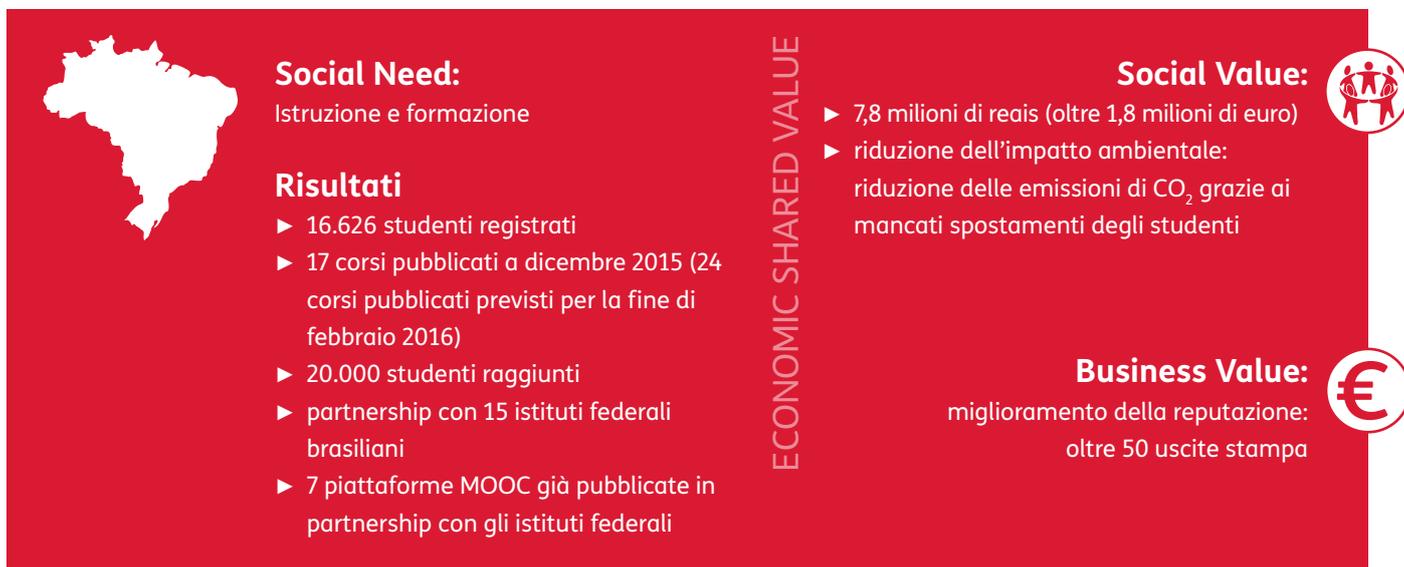
- 5.226 utenti streaming (live e on demand)
- 200.000 utenti streaming (live e on demand) dal 2011 al 2015
- 60.174 utenti (live e on demand) "panoramica 360".

La metodologia

Il Social Value è dato dagli investimenti effettuati da Telecom Italia per sostenere il progetto.



TIM TEC

**Lo scenario**

Ampliare l'offerta di corsi di educazione professionale e tecnologica è una delle priorità del governo brasiliano. Nel 2011 il governo ha dato il via al PRONATEC - Programma Nazionale di Accesso all'Educazione Tecnica e all'Impiego - che attualmente registra circa 6 milioni di iscritti. Una delle iniziative del PRONATEC è la Rete e-TecBrasil, che offre gratuitamente corsi tecnici e di formazione o qualificazione professionale a distanza.

L'Istituto TIM, condividendo gli ideali di PRONATEC ha creato TIM Tec, una piattaforma per corsi a distanza che usa il concetto del MOOC (Massive Open Online Courses). Questi corsi, realizzati e resi disponibili gratuitamente sulla piattaforma, sono destinati agli studenti delle scuole superiori e degli istituti tecnici.

Chiunque può registrarsi per seguire i corsi che insegnano a programmare le lingue, i database, i siti web, la progettazione dei giochi e molte altre cose ancora. Ci sono anche corsi destinati agli insegnanti delle scuole elementari e a migliorare le capacità considerate basilari per la formazione di qualsiasi professionista, come ad esempio scrivere testi.

La tecnologia e i contenuti della piattaforma TIM Tec sono condivisi con gli Istituti Federali di Educazione, Scienza e Tecnologia con l'appoggio della Segreteria di Educazione Professionale e Tecnologica del Ministero dell'Educazione (SETEC/MEC).

Il codice sorgente del sistema sviluppato per la piattaforma può essere scaricato su GitHub, cosicché le Istituzioni didattiche lo possano utilizzare gratuitamente adattandolo alle proprie esigenze. L'Istituto TIM supporta gli Istituti Federali nel processo di installazione e utilizzo della piattaforma.

Il primo corso pilota è stato organizzato per gli studenti del Centro di Formazione Culturale della Città di Tiradentes a San Paolo e dell'Istituto Federale Sul-Rio-Grandense (Ifsul).

Con TIM Tec, l'Istituto TIM conferma il proprio impegno verso l'educazione professionale e tecnologica nel Paese grazie ad un investimento di circa 8 milioni di reais nel triennio 2013-2015 per la realizzazione di questo progetto.

La metodologia

Il Social Value, pari a 7,8 milioni di reais, è dato da:

- 5,8 milioni: stima ricavata dal prezzo orario di mercato dei corsi di educazione online, moltiplicato per la durata media di un corso TIM TEC (40 ore) e per il numero degli studenti registrati.
- 2 milioni: investimenti effettuati dall'Istituto TIM per sostenere il progetto.



In uno scenario competitivo, dove i modelli di business, tecnologici e di consumo sono in continua e profonda trasformazione, il cambiamento necessario per vincere le sfide di mercato non può prescindere dalla valorizzazione delle persone e dallo sviluppo della loro professionalità.

La *People Strategy* del Gruppo per il triennio 2015-2017 è la naturale evoluzione del profondo ripensamento delle attività e dei processi che hanno coinvolto il personale, dalla gestione alla formazione, dalla remunerazione all'organizzazione, che è sfociato nella definizione di nove gruppi di lavoro interfunzionali (i cosiddetti "Cantieri") definiti nel corso del 2014. Nel 2015 si è avuta l'implementazione dei risultati di quei Cantieri che hanno concluso la propria parte progettuale e avviato la parte operativa e l'apertura degli ultimi due Cantieri¹. Il 2015 ha quindi registrato i primi risultati concreti del lavoro di oltre 200 colleghi provenienti dalle linee operative, da quelle di staff e dalle aziende consociate, con l'obiettivo di calibrare e modulare le tecniche e i processi motivazionali, formativi e organizzativi.

I cantieri di Telecom Italia

1. MODELLO DI SVILUPPO	2. NEW CAPABILITIES	3. POLO DELLA CONOSCENZA
Per disegnare percorsi di valorizzazione e crescita delle persone e rinnovare l'architettura dei piani di carriera	Per individuare e acquisire le nuove competenze, che permetteranno di essere all'avanguardia sulle evoluzioni tecnologiche e di mercato	Per governare i processi di gestione della conoscenza e presidiare la generazione e la diffusione dei saperi
4. IDENTITA'	5. PAYING FOR VALUE	6. DISEGNO E FUNZIONAMENTO DEI PROCESSI
Per identificare i tratti comuni dell'identità organizzativa e promuovere valori e azioni orientati ad accrescere il senso di appartenenza, e rinnovare il patto di fiducia tra l'Azienda e le sue persone	Per elaborare un modello di misurazione del fattore lavoro, basato sul concetto di valore come rapporto tra costo, produttività e qualità	Per mappare i processi aziendali e introdurre una metodologia unica di disegno, progettazione e funzionamento, attraverso l'identificazione di uno standard internazionale (E-TOM)
7. MODELLO DI GESTIONE	8. TOTAL REWARDING	9. NUOVO MODELLO DI PERFORMANCE MANAGEMENT
Per sviluppare modelli di responsabilità del management e una gestione finalizzata alla valorizzazione delle persone e delle loro competenze aumentando il livello di caring e motivazione	Per utilizzare tutte le leve disponibili, e non solo quella retributiva, per valorizzare il merito, riconoscere e soddisfare i bisogni e le motivazioni specifiche delle persone	Per identificare un nuovo modello di leadership e misurazione della performance, che apprezzi il merito individuale e le competenze distintive di tutte le persone del Gruppo

Le persone che lavorano nel Gruppo sono ovviamente le figure che hanno il maggiore interesse al successo della loro relazione con l'Azienda e, con loro, le rappresentanze sindacali. Allo stesso modo, sono pesantemente coinvolte in questa relazione le famiglie dei dipendenti e, in misura minore ma comunque importante, le comunità all'interno delle quali le persone di Telecom Italia conducono la propria vita. Le dimensioni del Gruppo giustificano inoltre un forte interessamento non solo da parte degli Enti e Istituti Pubblici che si occupano di tematiche relative al mondo del lavoro, ma anche dello stesso Governo.

¹ Modello di Gestione e Modello di Total Rewarding



[G4-DMA Employment], [G4-DMA Labor/Management Relations], [G4-DMA Occupational Health and Safety],[G4-DMA Training and Education], [G4-DMA Diversity and Equal Opportunity], [G4-DMA Equal Remuneration for Women and Men], [G4-DMA Labor Practice Grievance Mechanisms]

TemI materiali in questo capitolo:

- gestione dell'organico, ricambio generazionale e valorizzazione dei talenti
- salute e sicurezza sul lavoro

Policy aziendali rilevanti: Codice Etico e Carta dei Valori; Policy per il Rispetto dei Diritti Umani del Gruppo; People Strategy triennale; Policy di responsabilità sociale su lavoro infantile, lavoro obbligato, salute e sicurezza, libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva, discriminazione, procedure disciplinari, orario di lavoro, retribuzione; Carta delle pari opportunità. Di fondamentale importanza sono, in questo contesto, gli accordi con le rappresentanze sindacali e, in particolare modo, i Contratti Collettivi di Lavoro.

Efficacia e monitoraggio: per tenere sotto controllo l'efficacia dei processi, oltre al monitoraggio previsto dalle numerose procedure interne e dai comitati azienda-sindacato, l'Azienda fa uso di alcuni KPI numerici. Il presente capitolo espone quelli relativi a: struttura ed evoluzione dell'organico, formazione, salute e sicurezza, remunerazione, non conformità e segnalazioni relative al lavoro. In appendice al Bilancio sono esposti i KPI per cui l'Azienda si è posta target numerici, quali i target relativi alla formazione e, in particolare, alla formazione su salute e sicurezza e i target relativi al contenimento degli infortuni.



I NUMERI DI SINTESI¹

[G4-9] Una sintetica visione dei numeri delle persone del Gruppo è espressa dalla seguente tabella:

(unità)	31.12.2015	31.12.2014	Variazione
Italia	52.554	52.878	(324)
Estero	13.310	13.138	172
Totale personale a payroll	65.864	66.016	(152)
Personale con contratto di lavoro somministrato	3	9	(6)
Totale personale	65.867	66.025	(158)
Attività non correnti destinate a essere cedute - estero	16.228	16.420	(192)
Totale	82.095	82.445	(350)

Escludendo il personale relativo alle attività non correnti destinate a essere cedute (Gruppo Telecom Argentina) e i lavoratori con contratto di lavoro somministrato, il personale di Gruppo presenta un decremento di 152 unità rispetto al 31 dicembre 2014.

Le variazioni sono dovute a:

- entrata nel perimetro di consolidamento della Società Alfabook (17 unità);
- turnover netto (al netto cioè delle variazioni di perimetro) in diminuzione di 169 unità, così dettagliato per singola Business Unit:

(unità)	Entrate	Uscite	Variazione netta
Domestic	823	1.151	(328)
Brasile	3.918	3.717	201
Media e altre	4	46	(42)
Turnover	4.745	4.914	(169)

Turnover: dettaglio per BU	Assunzioni	Cessazioni	Passaggi infra Gruppo +	Passaggi infra Gruppo -	Variazione netta
Domestic	350	710	473	(441)	(328)
Brasile	3.918	3.717			201
Media e altre	3	13	1	(33)	(42)
Turnover	4.271	4.440	474	(474)	(169)

¹ I dati delle tabelle contenute nel capitolo *Le persone di Telecom Italia*, salvo ove diversamente indicato, riguardano tutte le società del Gruppo Telecom Italia (cfr. Nota metodologica).

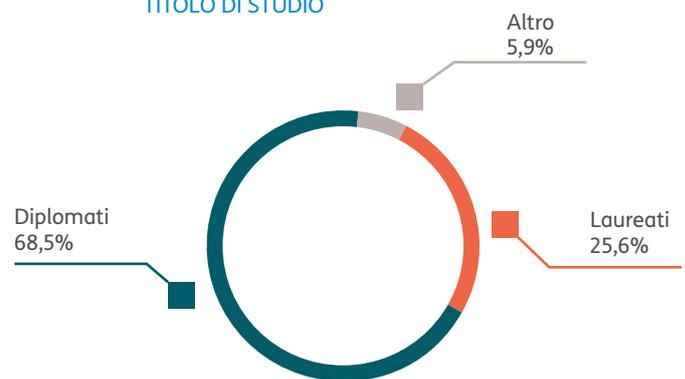


La composizione delle persone del Gruppo, al netto del personale relativo alle attività non correnti destinate a essere cedute e del personale con contratto di lavoro somministrato, può essere analizzata secondo varie tipologie di segmentazione:

GRUPPO TELECOM ITALIA: ORGANICI DISTRIBUITI PER CATEGORIA PROFESSIONALE



GRUPPO TELECOM ITALIA: ORGANICI DISTRIBUITI PER TITOLO DI STUDIO



*Inclusivo di 1 unità appartenente alla categoria professionale "operai".

Distribuzione dei dipendenti e delle assunzioni per area geografica

Distribuzione del numero dei dipendenti del Gruppo Telecom Italia per aree geografiche

(unità)	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013	Variazione (15/14)
Italia	52.554	52.878	53.152	(324)
Estero	13.310	13.138	12.467	172
Totale	65.864	66.016	65.619	(152)

Distribuzione delle assunzioni del Gruppo Telecom Italia per aree geografiche

(unità)	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013	Variazione (15/14)
Italia	325	575	410	(250)
Estero	3.946	5.224	4.901	(1.278)
Totale	4.271	5.799	5.311	(1.528)

Per ulteriori approfondimenti sulle caratteristiche del personale del Gruppo si rinvia all'appendice del presente capitolo che, rispetto ai requisiti dello standard GRI G4, contiene i KPI relativi all'organico [\[G4-10\]](#), [\[G4-LA1\]](#), [\[G4-LA3\]](#), [\[G4-LA6\]](#), [\[G4-LA13\]](#), [\[G4-LA9\]](#). Nella lettura dei KPI, si noti che:

- [\[G4-10e\]](#) Telecom Italia non fa ricorso a lavoratori in proprio (self employed workers) per lo svolgimento delle attività proprie del business, benché sia possibile che occasionalmente qualche attività di tipo consulenziale sia attribuita a professionisti che lavorano in proprio;
- [\[G4-10f\]](#) le attività del Gruppo non sono soggette a variazioni stagionali, pertanto le variazioni nell'organico sono correttamente rappresentate dalle dinamiche annuali;
- [\[G4-LA3a\]](#) tutti i dipendenti hanno diritto a congedi parentali.



EQUITÀ DI GENERE

[G4-DMA Equal Remuneration for Women and Men] Le telecomunicazioni, come tutti i settori la cui principale attività è strettamente connessa alla ricerca e allo sviluppo di nuove tecnologie, ancora nei decenni post-bellici avevano un organico a fortissima prevalenza maschile per quanto riguardava l'ingegneria e la manutenzione delle tecnologie. Man mano che le donne hanno abbracciato il mondo del lavoro e, in parallelo, la cultura e gli studi scientifici e tecnologici, è cresciuta la loro presenza all'interno delle aziende e in ruoli di maggior peso, con livelli di remunerazione più alti. In Telecom Italia S.p.A., ad esempio, l'organico femminile è cresciuto di circa 8 pp percentuali in 14 anni, e a livello di Gruppo, nello stesso periodo, di circa 9pp.

Ciononostante, la strada da percorrere per raggiungere la parità di genere è ancora lunga. Per questo in Telecom Italia:

- lo statuto del Gruppo richiede che, nel CdA, gli esponenti del genere meno rappresentato siano almeno un terzo del totale dei consiglieri, con arrotondamento, in caso di numero frazionario, all'unità superiore;
- l'attuale modello di sviluppo presta molta attenzione affinché i percorsi di crescita individuale, a partire dall'assunzione, non contengano vincoli derivanti da differenze di genere o di età, e particolare cura viene prestata alla componente femminile, a parità di competenze e prestazioni.

[G4-LA12a]

Composizione del Consiglio di Amministrazione per genere e età

	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013
Uomini < 30	0	0	0
Uomini 30-50	2	4	1
Uomini > 50	9	4	9
Donne < 30	0	0	0
Donne 30-50	1	0	0
Donne > 50	5	5	1

[G4-LA12b]

Composizione delle categorie professionali nel Gruppo per genere e età

	2015				2014				2013			
	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Totale	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Totale	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Totale
Uomini	700	3.518	37.507	41.725	733	3.459	37.616	41.808	744	3.387	37.244	41.375
Donne	145	1.267	22.727	24.139	135	1.254	22.819	24.208	132	1.201	22.911	24.244
Totale	845	4.785	60.234	65.864	868	4.713	60.435	66.016	876	4.588	60.155	65.619
Fino a 32 anni	0	22	9.899	9.921	0	22	10.600	10.622	0	31	11.022	11.053
Da 33 a 45	87	1.081	18.016	19.184	113	1.271	19.823	21.207	133	1.375	21.552	23.060
Oltre 45	758	3.682	32.319	36.759	755	3.420	30.012	34.187	743	3.182	27.581	31.506
Totale	845	4.785	60.234	65.864	868	4.713	60.435	66.016	876	4.588	60.155	65.619

Lo sbilanciamento generazionale è dovuto principalmente alla componente italiana che, a causa delle avverse condizioni di mercato e per garantire l'impiego dei propri dipendenti, ha in passato rinunciato al rinnovo generazionale.



PEOPLE CARING

Telecom Italia è convinta che la sostenibilità economica e sociale dipenda in primo luogo dal rispetto e attenzione per le persone che lavorano nel Gruppo. Sulla base di questa convinzione sono state messe in atto numerose iniziative per far sì che le persone siano serene nella vita lavorativa e anche, per quel che l'Azienda può fare, nella vita personale. Un gruppo di persone in Azienda è interamente dedicato all'ascolto delle esigenze manifestate dai dipendenti e allo sviluppo di iniziative per venire incontro a tali esigenze. Così, grazie alle indagini e informazioni raccolte, e dopo aver effettuato incontri e focus group con i dipendenti, sono stati individuati quattro ambiti nei quali sviluppare iniziative specifiche:

- agevolare l'equilibrio tra vita lavorativa e tempo libero, favorendo le esigenze dei dipendenti e delle loro famiglie;
- contribuire alle iniziative di volontariato dei dipendenti;
- valorizzare le forme di diversità presenti nel contesto lavorativo;
- promuovere il benessere psico-fisico.

Le principali iniziative del 2015 in ambito "Equilibrio tra vita lavorativa e tempo libero" sono state:

- 20 asili nido: oltre ai 9 asili nido aziendali (presenti in 8 città), sono state attivate 11 convenzioni con altrettanti asili esterni ed è stata aperta una scuola materna aziendale a Roma;
- time saving - disbrigo pratiche, lavanderia/calzoleria, edicole, aree benessere, convenzioni (di carattere immobiliare, viaggi e vacanze, banche ed istituti finanziari, pay-tv, autonoleggio, trasporti, varie);
- 40 soggiorni estivi per i figli dei dipendenti (8.000 ragazzi);
- gestione della mobilità per agevolare le persone nel tragitto casa-lavoro attraverso car-pooling, navette aziendali e rastrelliere per biciclette nelle sedi;
- iniziative motivazionali in tema di sport, arte, cultura, spettacoli ed eventi in collaborazione con varie funzioni aziendali in gran parte sponsorizzati dalla Azienda. Nel 2015 sono stati assegnati oltre 14.000 biglietti ed inviti per accedere ad aree esclusive;
- Talent Days: per supportare i giovani nell'impegnativa opera di familiarizzare con le tecniche di ricerca attiva di lavoro, Telecom Italia in collaborazione con la società HRC Academy ha organizzato 13 giornate di orientamento in 10 diverse città italiane, cui hanno partecipato circa 360 figli di colleghi;
- webinar di orientamento per figli dei dipendenti: il Gruppo ha aderito a "Push to open", un programma che avvicina i ragazzi al mondo del lavoro, attraverso un confronto diretto e interattivo con professionisti, esperti delle aziende e testimonianze di giovani in modalità online attraverso webcast e interazioni con i social network. I webinar, partiti a novembre, prevedono il coinvolgimento di 200 ragazzi.

Per contribuire alle iniziative di volontariato dei dipendenti, le attività del 2015 sono state:

- "Sosteniamo un bambino a distanza": circa 1.000 dipendenti hanno rinnovato l'impegno ad aiutare CIAI (Centro Italiano Aiuti all'Infanzia), Comunità di Sant'Egidio e Save the Children, dando la loro adesione all'adozione di bambini a distanza;
- Gruppo Donatori di sangue Telecom Italia: sono state organizzate 70 giornate di donazione del sangue;
- nelle sedi aziendali sono stati organizzati 210 banchetti della solidarietà, stand allestiti da associazioni benefiche e onlus, con la partecipazione di dipendenti;
- a inizio 2015 è stato avviato "Programma il Futuro", iniziativa del MIUR volta a favorire l'introduzione della programmazione informatica nelle scuole primarie. L'iniziativa è attuata dal CINI (Consorzio Interuniversitario Nazionale per Informatica) e Telecom Italia è partner "Mecenate". Per questo progetto Telecom Italia ha messo a disposizione il proprio personale volontario (circa 400 colleghi), in particolare in quelle classi che ne fanno richiesta nel perimetro di residenza o di sede lavorativa del richiedente;
- campagna di volontariato in occasione di Expo 2015: circa 80 colleghi del territorio hanno prestato attività di volontariato per un giorno all'interno del sito espositivo; parimenti, circa 100 tra genitori e figli maggiorenni di dipendenti hanno collaborato per due settimane nel mese di luglio.



Le persone di Telecom Italia

Nel 2015 Telecom Italia ha proseguito un intenso programma di attività e progetti legati al Diversity Management, per la valorizzazione di ogni diversità come forma di arricchimento e stimolo, oltre che come veicolo di un clima inclusivo e aperto al contributo di tutti:

- a gennaio è stata inaugurata a Roma la TIM Factory, un luogo fisico ma anche concettuale dedicato alla cultura del confronto, che ospita, praticamente ogni giorno, eventi di vario tipo sulla diversità: presentazioni di libri, formazione, gruppi di lavoro, performance, seminari, ma anche sede per la realizzazione di programmi e protocolli d'intesa con l'amministrazione comunale e i municipi. Nel corso dell'anno sono stati realizzati oltre 60 eventi dedicati alla diversity;
- a settembre è stato predisposto il modulo in e-learning "Gestire la disabilità" dedicato alle diverse abilità, per una migliore gestione dei collaboratori disabili;
- a ottobre è partito un piano di formazione d'aula "IDEA-Factory" destinato a tutti i responsabili di People Value;
- a novembre, è stato inaugurato un modulo di active learning che vede coinvolti 15 colleghi consideranti "talent" che avranno l'obiettivo, in 6 mesi, di produrre idee e progetti specificamente sull'ageing, una delle diversità più critiche per Telecom Italia;
- dal 16 al 20 novembre è stata lanciata la "TIM Diversity Week", un calendario di oltre 80 eventi (online e live) interamente ideati, progettati e realizzati dalle persone del Gruppo, in 10 città e moltissime sedi diverse. I risultati di questo lavoro sono riscontrabili:
 - ◆ all'interno, nell'aumento della partecipazione, collaborazione e cittadinanza organizzativa;
 - ◆ all'esterno, nel riconoscimento del valore dei programmi avviati anche attraverso i premi ricevuti, ultimo dei quali il "PARKS Award": Telecom Italia è risultata prima nel GLBT¹ Diversity Index, il primo strumento in Italia di benchmarking su politiche e pratiche aziendali attuate per i dipendenti GLBT. Attraverso un questionario, l'indice ha valutato e valorizzato le attività aziendali mirate alla creazione di un ambiente lavorativo inclusivo e rispettoso: dal coinvolgimento del management ai benefit e permessi estesi ai partner dello stesso genere, dalla formazione dei dipendenti alla comunicazione interna ed esterna;
- in ambito "age diversity", per la piena integrazione e valorizzazione delle competenze dei senior in Azienda e il superamento degli stereotipi legati all'età, sono stati organizzati quattro incontri di role model "Generazioni a confronto" nelle città di Roma, Ancona, Potenza e Genova (in aggiunta ai due realizzati l'anno precedente a Milano e Napoli), ai quali hanno partecipato 360 dipendenti;
- in collaborazione con altre aziende sono stati organizzati tre "Welfare Lab": Parental Leave Management, Remote Working, piano Welfare e Fiscalità.

Per la promozione del benessere psico-fisico [**G4-DMA Occupational Health and Safety**] è proseguito il servizio di counselling del Centro People Caring (CPC), gestito da psicologi professionisti su tutto il territorio nazionale. Dall'apertura del servizio (gennaio 2011), 420 dipendenti, tramite telefono o mail, hanno richiesto informazioni sul funzionamento del servizio. In totale 370 persone hanno usufruito del CPC:

- 300 hanno intrapreso un percorso di counselling;
- 70 sono i dipendenti messi in contatto con il responsabile della funzione People Caring e presi in carico dalla funzione People Value.

Con focus specifico sulla disabilità sono state realizzate iniziative finalizzate ad una migliore inclusione nella vita lavorativa e sociale, tra cui:

- una policy che prevede l'adeguamento obbligatorio della postazione di lavoro, fissa o mobile, dei colleghi con disabilità;
- il Progetto Comunico-IO - che mira a favorire la comunicazione fra le persone affette da sordità e gli altri dipendenti, rafforzando la loro capacità di operare in piena autonomia mediante strumenti tecnologici evoluti - ha consentito l'integrazione delle persone non udenti di Telecom Italia nei processi lavorativi più evoluti dando così origine al Progetto Banche Dati Sordi che consiste nell'impiego di queste risorse nell'ambito della funzione Banche Dati;
- comunicazione: ogni e-convention viene erogata con una versione anche nel linguaggio dei segni; nuovi video pubblicati sulla intranet sono sempre sottotitolati, gli eventi cui partecipano colleghi sordi dal vivo (inclusa la

¹ Gay, Lesbian, Bisexual and Transgender.



formazione) prevedono sempre la presenza di un interprete LIS (Lingua Italiana dei Segni); sono in fase di attivazione caselle di posta elettronica dedicate ai colleghi non udenti per consentire loro di comunicare con i principali servizi aziendali (ASSILT, Telemaco, CRALT);

- #wcap: i nostri acceleratori di Working Capital ospitano diverse start-up dedicate alla disabilità: Marioway (che ha brevettato un innovativo mezzo di trasporto per i disabili), Pedius (un servizio di comunicazione per le persone sorde), Horus (che sta progettando un dispositivo applicabile su qualunque tipo di occhiali che agevola ciechi e ipovedenti nello svolgimento delle loro attività quotidiane).

Nell'area intranet del Centro People Caring sono pubblicate informazioni, consigli e suggerimenti bibliografici per migliorare il proprio benessere psichico. Inoltre è stata creata una nuova "area benessere" sulla intranet che raccoglie tutti i servizi offerti da Telecom Italia per la salute, la prevenzione e il benessere fisico delle persone, in collaborazione con Fondazione Telecom Italia e Fondazione Veronesi.

Altre iniziative per i dipendenti

[G4-DMA Occupational Health and Safety] L'ASSILT (Associazione per l'assistenza sanitaria integrativa ai lavoratori delle aziende del Gruppo Telecom Italia), finanziata dalle aziende del Gruppo, dai soci lavoratori e dai soci pensionati, persegue senza fini di lucro lo scopo di erogare a favore dei soci e dei beneficiari prestazioni integrative a quelle fornite dal Servizio Sanitario Nazionale, ivi comprese, in concorso con le strutture sanitarie pubbliche, l'effettuazione di ricerche, indagini conoscitive e interventi di prevenzione sanitaria di gruppo ed individuali, nonché la promozione di iniziative di educazione sanitaria a tutela della salute e dell'integrità fisica dei soci.

L'Associazione ha erogato, nel 2015, per cassa, rimborsi per un totale di circa 53 milioni di euro (circa 600.000 pratiche). All'Associazione erano iscritte, al 31 dicembre 2015, circa 149.000 persone, di cui 50.000 dipendenti, 33.000 pensionati e 66.000 familiari.

L'ASSIDA eroga ai dirigenti rimborsi per prestazioni sanitarie integrative rispetto a quelle fornite dal Servizio Sanitario Nazionale. Al 31 dicembre 2015 l'Associazione contava 3.500 iscritti, in servizio e in pensione, a cui si aggiungono i familiari per un totale di oltre 7.700 assistiti.

[G4-EC3] TELEMACO è il Fondo Pensione Nazionale Complementare per i lavoratori delle aziende del settore delle telecomunicazioni, costituito nel 1998 in forma di associazione riconosciuta senza fine di lucro, e operativo dall'ottobre 2000; l'obiettivo è assicurare ai lavoratori associati il mantenimento del proprio tenore di vita anche al momento della pensione grazie alla creazione di una previdenza complementare a quella pubblica.

E' destinato a operai, impiegati e quadri delle aziende che applicano il contratto nazionale delle telecomunicazioni, per i lavoratori a tempo indeterminato, apprendistato e inserimento, nonché ai soggetti fiscalmente a carico dei lavoratori iscritti al Fondo. Al 31 dicembre 2015 gli iscritti dipendenti di aziende del Gruppo erano circa 39.600, quelli complessivi circa 59.300 e le aziende associate 178.

Il CRALT (Circolo Ricreativo Aziendale per i Lavoratori delle Aziende del Gruppo Telecom Italia) organizza per i propri soci, dipendenti, pensionati e familiari, iniziative di carattere turistico, sportivo, culturale e ricreativo. Il CRALT consente inoltre ai soci e ai loro familiari, attraverso la stipula di apposite convenzioni, di poter acquisire beni e servizi a prezzi/tariffe di particolare convenienza, sempre fruendo della rateizzazione. A tale riguardo, di particolare rilevanza è la convenzione e la relativa contribuzione sull'acquisto di testi scolastici e universitari a favore dei figli dei soci, quale valido sostegno alla capacità di spesa delle famiglie. Al 31 dicembre 2015 gli iscritti sono 44.174, di cui 37.772 dipendenti e 6.402 pensionati. In media nel 2015 la contribuzione dal CRALT a favore dei soci è stata, come l'anno precedente, di circa il 15% del costo delle iniziative.

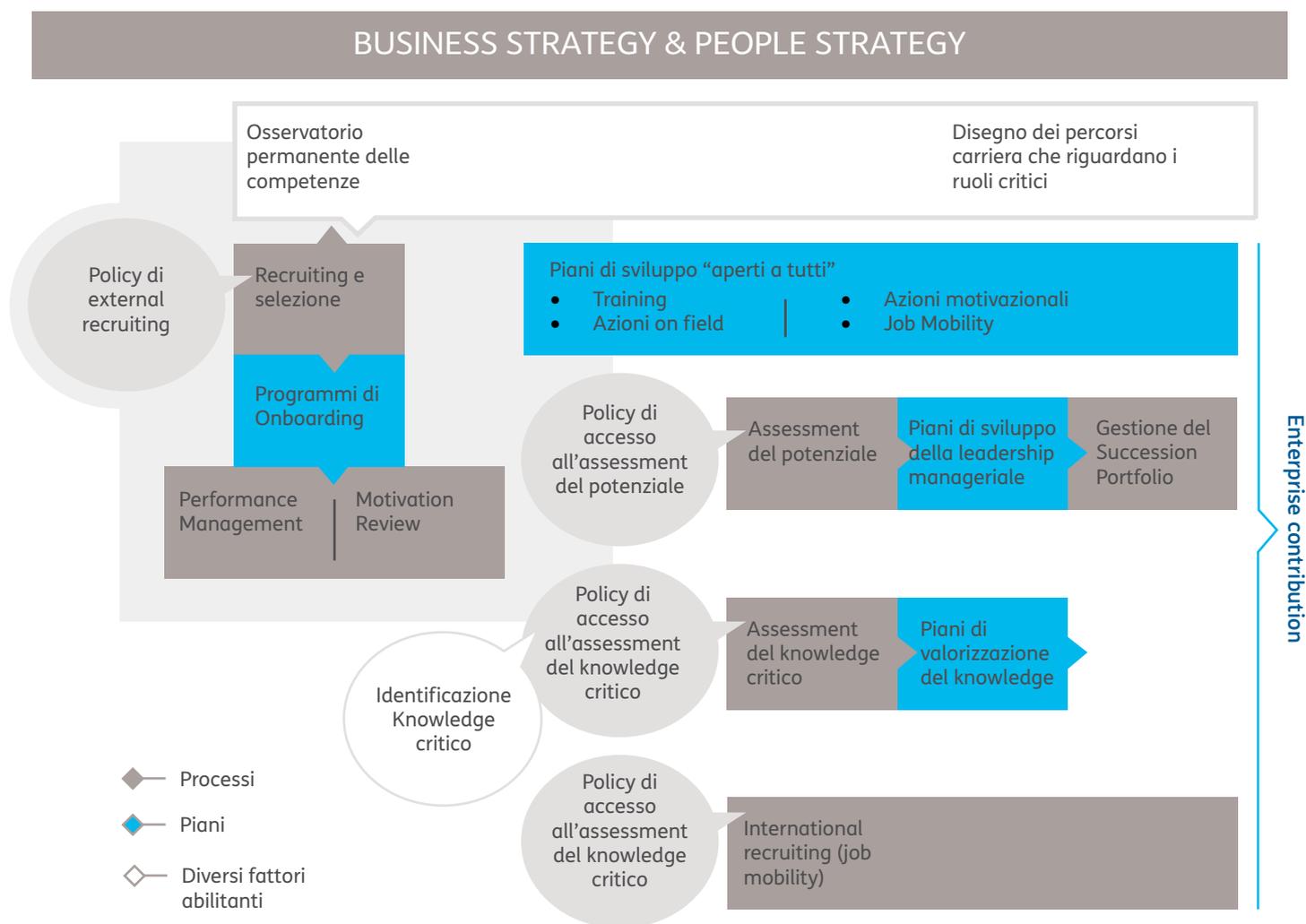
[G4-LA2], [G4-DMA Employment] Tutti i lavoratori del Gruppo, a tempo pieno o parziale, a tempo indeterminato o determinato, beneficiano degli stessi benefit, mentre, in Italia, l'istituto di previdenza complementare è esteso ai lavoratori con contratto di apprendistato e d'inserimento, oltre ai lavoratori a tempo indeterminato.



SVILUPPO E NUOVE COMPETENZE

[G4-LA11] Il 2015 è stato dedicato alla progettazione di dettaglio, implementazione, misurazione e affinamento dei vari processi e strumenti del nuovo Modello di Sviluppo, definito nell'ambito dei Cantieri della People Strategy.

Modello di sviluppo di Telecom Italia



Attraverso l'integrazione di tutti i processi valutativi (recruiting, performance, potenziale, motivazione, knowledge), il modello vuole garantire una conoscenza accurata delle persone per realizzare piani di sviluppo individuali, calibrati sulle caratteristiche di ciascuno e finalizzati al miglioramento e crescita manageriale e professionale.

Il Modello verte principalmente sulle seguenti aree:

- **Recruiting e Selezione:** nel corso del 2015 è stata rilasciata la nuova procedura di Internal e External Recruiting, finalizzata a integrare i processi di reperimento interno ed esterno delle competenze professionali e manageriali. In tal senso, una delle novità più importanti introdotte nell'ambito del processo è costituita dalla creazione di una "cabina di regia" che ha l'obiettivo di assicurare il governo end-to-end di tutta la job mobility – sia interna che esterna - secondo regole chiaramente definite e comunicate. Infine, è stato sistematizzato il processo di recruiting manageriale interno. Nell'ambito della reingegnerizzazione del processo sono stati anche ridefiniti i mezzi di supporto e gli step valutativi



differenziati per target e tipologia di competenze. L'aggiornamento sull'evoluzione delle competenze sarà garantito dall'Osservatorio Permanente delle competenze tramite una piattaforma metodologica alimentata da una serie di input provenienti sia dall'interno dell'organizzazione (ad es. Piano Strategico, Piano Tecnologico, People Strategy), sia dal mondo esterno, tramite una rete di esperti in varie discipline a livello internazionale. La definizione dell'evoluzione delle new capabilities ha consentito, inoltre, di lavorare in modo mirato e sistemico sulle iniziative di employer branding e sulle partnership con il mondo accademico e scolastico in modo da orientare gli investimenti formativi in coerenza ai fabbisogni aziendali. In tal senso, nel corso del 2015 sono stati attivati 60 tirocini formativi e 78 iniziative di employer branding, che hanno registrato la presenza di oltre 8.000 giovani degli istituti superiori e del mondo accademico. Rispetto all'Internal Recruiting, sono state attivate 58 ricerche di profili professionali attraverso il job posting, grazie alle quali è stato possibile raccogliere un bacino di oltre 2.400 candidature di professionisti motivati a sviluppare la propria employability.

- **Programmi di Onboarding**, introdotti per accelerare il “time to perform” delle persone che entrano in Azienda, favorendo l'engagement e la motivazione, elementi base per un rapporto duraturo.
- **Individual Performance Feedback: [G4-LA11]** è stato concluso nel primo semestre 2015, rivolto alle risorse non manageriali e dedicato al feedback sulle prestazioni 2014. Il processo si è focalizzato su una valutazione qualitativa mirata a identificare aree di forza e potenziamento e a favorire, attraverso un confronto aperto con il proprio responsabile, il miglioramento della performance. Il processo si è concluso a maggio 2015 e ha coinvolto circa 47.900 risorse non manageriali del Gruppo, con una copertura pari al 99,8% delle risorse domestiche.
- **Performance Management: [G4-LA11]** è stato attivato a marzo 2015 un nuovo processo di valutazione della prestazione (obiettivi e comportamenti) rivolto a tutta la popolazione aziendale: manager, professional e impiegati.
- **Piani di sviluppo “aperti a tutti”**: è stato progettato una sorta di libro web based che, sulla base dei risultati delle performance, del livello di motivazione e storia professionale delle persone, supporta i capi nel delineare per ciascun collaboratore il relativo piano di sviluppo individuale, composto alternativamente di azioni formative, motivazionali, on field e job rotation. Il libro sarà attivo a partire dalla fine del primo trimestre 2016.
- **Sistema di Assessment del Potenziale**: la metodologia è stata da un lato semplificata con la definizione di regole di processo più chiare e trasparenti e dall'altro differenziata in base alle diverse tipologie e possibilità di crescita manageriale in ambito organizzativo. E' stato inoltre ridefinito, in un'ottica di trasparenza ed engagement, tutto il processo di pre e post assessment fino all'elaborazione del piano di sviluppo, dei tempi e delle modalità di monitoraggio.
- **Succession Planning**: è stato rivisto il processo per la definizione del piano di Successione degli Amministratori Esecutivi ed è stato consolidato quello per la creazione e gestione delle Tavole di Rimpiazzo dei Top Executive. Nel corso del 2015 è stato completato il primo ciclo di valutazioni a livello di Gruppo che, oltre ai primi riporti del Vertice, ha coinvolto una popolazione manageriale selezionata in funzione di specifici criteri (rilevanza del ruolo, seniority professionale, trend delle performance, readiness stimata). L'analisi dei risultati del processo valutativo ha portato alla definizione di un programma di miglioramento articolato su differenti direttrici e funzionale alla riduzione del rischio.
- **Policy di Sviluppo Manageriale**: è stata redatta una nuova policy per la nomina alla dirigenza. Da quest'anno, sulla scorta della sperimentazione già avviata l'anno scorso, sarà utilizzato un set di criteri standard che consentono la confrontabilità con l'esterno anche a livello internazionale.
- **Percorsi di carriera**: è stato progettato il modello per disegnare percorsi di carriera strutturati che traggono i ruoli critici manageriali e professionali, in coerenza con la strategia dell'organizzazione, favorendo lo sviluppo professionale e manageriale delle persone.
- **Motivation Review**: è stato progettato un nuovo processo finalizzato a rilevare il livello motivazionale delle persone attraverso strumenti di multi-valutazione e autovalutazione del capo. Questi strumenti verranno validati su un campione rappresentativo di Telecom Italia, in collaborazione con l'Università La Sapienza di Roma. I risultati integreranno i dati di Performance Management, costituendo una componente fondamentale di conoscenza delle persone per orientare, in modo accurato, i piani di sviluppo professionali e manageriali e massimizzare le scelte di investimento in termini di carriera. Il processo diventerà operativo a partire dal 2016 e avrà cadenza biennale.



- **Knowledge Review:** è stato progettato un nuovo processo che ha la finalità di valorizzare la conoscenza in Azienda. Attraverso il knowledge assessment, che valuta le conoscenze tecniche di ruolo di tutta la popolazione aziendale e la knowledge risk analysis, rivolta alle persone che ricoprono ruoli professionali definiti critici, verranno individuati i Knowledge Holder. Sono i detentori di conoscenza critica per il business, fondamentale per il funzionamento dei processi core dell'Azienda. Questo processo è alla base della carriera professionale, che prevede percorsi di sviluppo specifici per i Knowledge Holder. Il processo verrà implementato nel 2016 con cadenza biennale.

Brasile

Nel corso del 2015 in TIM Brasil sono stati realizzati quattro principali programmi di grande impatto sulle persone, in coerenza con i cambiamenti organizzativi e il posizionamento competitivo sul mercato:

- **Modello delle Competenze:** dopo aver definito i nuovi valori aziendali e il rilascio del nuovo piano strategico, TIM Brasil ha adottato lo stesso Modello delle Competenze del Gruppo, focalizzato su un processo di selezione delle persone maggiormente orientato al soddisfacimento delle esigenze aziendali. Tale modello è basato sulla formazione professionale e misurazione delle prestazioni, utili allo sviluppo e remunerazione delle persone.
- **Performance Evaluation: [G4-LA11]** nel 2015 il processo di valutazione delle prestazioni è stato attuato secondo una metodologia che ha previsto, oltre alla valutazione del responsabile diretto, anche un'autovalutazione, una valutazione da parte dei peers e una valutazione da parte dei collaboratori¹.
- **Percorsi di carriera:** sono stati realizzati dei momenti di approfondimento ad hoc, dedicati ai percorsi di carriera, per stimolare riflessioni sul ruolo ricoperto e incoraggiare engagement e facilitare un atteggiamento proattivo per la definizione di un piano di sviluppo individuale.
- **Cultura:** nel convincimento che la cultura aziendale sia strettamente legata alla performance aziendale, per la prima volta, nel 2015, è stata realizzata un'analisi per valutare il tipo di cultura presente in TIM Brasil, con lo scopo di identificare i comportamenti funzionali al raggiungimento degli obiettivi aziendali. I risultati di quest'analisi hanno portato alla redazione di un Piano triennale di Sviluppo Culturale per la diffusione in Azienda dei valori e comportamenti più adatti.

¹ In Brasile le campagne valutative si ripetono ogni anno e coinvolgono tutti i dipendenti, purché abbiano lavorato almeno 149 giorni in azienda. Nel 2015 il processo di valutazione si è concluso con un coverage pari al 96%. Per gli operatori del call center la performance è valutata attraverso un programma ad hoc.



COLLABORAZIONI CON LE UNIVERSITÀ, FORMAZIONE E KNOWLEDGE MANAGEMENT

Telecom Italia ha ulteriormente rafforzato la relazione con le principali università e centri di ricerca nazionali e internazionali, focalizzandosi sulla valorizzazione del talento per il trasferimento dell'innovazione in Azienda. L'obiettivo è rafforzare e accelerare la capacità di Telecom Italia di innovare e, allo stesso tempo, contribuire allo sviluppo dei giovani offrendo loro l'opportunità di acquisire nuove competenze ed esperienze.

Tra le iniziative, menzioniamo:

- collaborazione con le scuole secondarie, nell'ambito del progetto "Network Scuola Impresa", che nasce nel 2009 con l'intento di creare un rapporto strutturato con le scuole superiori anche al fine di valorizzare le competenze interne del Gruppo, entrare in contatto con i giovani sul territorio nazionale e promuovere l'immagine aziendale;
- finanziamento di borse di studio per favorire il conseguimento di un titolo post-laurea a giovani laureati in ingegneria ed economia: dal 2011 al 2014 sono state assegnate 131 borse di dottorato dedicate allo sviluppo di specifici progetti di ricerca di interesse aziendale, con temi che spaziano dal cloud computing al geomarketing, dai big data alla e-health, dall'LTE alla robotica, fino a ricomprendere tematiche attinenti al diritto e l'economia del web. Per l'anno accademico 2015-2016 saranno previste ulteriori 40 borse di dottorato;
- collaborazione su corsi di studi post-universitari, attraverso l'organizzazione di 5 master, strettamente collegati al business;
- un osservatorio permanente a livello nazionale ed europeo su tematiche legate alla transizione scuola-lavoro e allo sviluppo di nuove competenze per i giovani;
- sponsorizzazione della Cattedra "TIM Chair in Market Innovation", presso l'Università Bocconi di Milano, all'interno del corso di laurea magistrale in Economics and Management of Innovation and Technology. Il programma include i principali modelli di sviluppo, creazione e commercializzazione di prodotti e servizi a base tecnologica.

[G4-LA10] Per un'azienda di telecomunicazioni, che gioca il suo destino sull'avanguardia dell'offerta tecnologica e commerciale, formare e gestire la conoscenza delle sue persone è un imperativo.

Le attività di formazione in Telecom Italia sono guidate dalla volontà di:

- rafforzare gli stili di leadership per garantire le competenze manageriali a supporto dell'evoluzione strategica dell'Azienda nei prossimi anni;
- accrescere le competenze individuali e collettive necessarie per competere nei nuovi scenari di business, con particolare attenzione alle competenze specialistiche del settore;
- fornire alle persone le capacità per affrontare le sfide quotidiane;
- accompagnare e sostenere la trasformazione della cultura e dell'identità organizzativa;
- potenziare le competenze digitali e di social collaboration anche a supporto dell'evoluzione e digitalizzazione del sistema Paese;
- abbassare l'impatto ambientale delle attività di formazione attraverso l'uso di soluzioni di e-learning che riducono le emissioni di CO₂. Tali format rappresentano anche un impegno del Gruppo a potenziare la qualità della vita dei propri dipendenti e contribuire al bilanciamento della vita personale e professionale.

[G4-LA10] Tutti i programmi formativi del Gruppo hanno l'obiettivo di fornire strumenti per una crescita professionale che rimane un bagaglio personale del dipendente dentro e fuori l'Azienda¹.

In Italia i principali programmi formativi sono rientrati, nel 2015, nei seguenti filoni:

- *Management education*, che vede il coinvolgimento di circa 1.400 manager del Gruppo. Il programma nasce come supporto al piano industriale attraverso la diffusione e il rafforzamento di comportamenti di leadership condivisi. I principali progetti sono:

¹ Il Gruppo al momento non ha attivato corsi per la gestione del fine-carriera anche perché l'esigenza non è mai stata evidenziata dai lavoratori o dalle loro rappresentanze sindacali.



- ◆ percorso di coaching individuale e collettivo per l'executive management, già avviato nel 2014, che si è concluso a inizio 2015;
- ◆ progetto ALP "Action Learning program" per circa 140 senior manager, volto a stimolare il networking e la idea generation su temi di business. Il progetto è stato avviato nel 2014 e si è concluso nel 2015. A partire dal 2015 sono in fase di realizzazione 3 progetti strategici emersi dai gruppi di lavoro;
- ◆ programma formativo "SALP: Social Action Learning Program" con l'obiettivo di fare acquisire know-how e metodologie relative ad alcune sfide di business, stimolare il lavoro e networking interfunzionale e la generazione di soluzioni innovative per l'Azienda. Il SALP si caratterizza per la sua modalità di lavoro social, in linea con le nuove metodologie digitali che sempre più caratterizzeranno i programmi di education. Il programma proseguirà anche nel 2016 e coinvolgerà circa 600 manager;
- ◆ library online che consente a tutti i manager di fruire di video, webinar e materiali di speaker nazionali ed internazionali su temi di business, finance, tecnologia e leadership.
- *Il piano di formazione sui Nuovi Modelli di Sviluppo, Leadership e Performance Management*, rivolto a tutte le persone del Gruppo e articolato in diverse iniziative che mirano ad accrescere la consapevolezza del cambiamento introdotto dai Nuovi Modelli (cfr. paragrafo *Sviluppo e nuove competenze*), a promuovere la cultura necessaria per orientare i comportamenti ed a rafforzare la maturità della valutazione. In particolare è stato avviato a maggio 2015 il percorso formativo "3L Model e Performance Management", dedicato ai manager e team leader (ca. 4.200 persone), e "FIT - Future in Training", rivolto all'intera popolazione di professional e impiegati (ca. 47.000 persone). Vedi box pag. 171-172.
- *Induction training*, programma che fa parte del più ampio progetto di Onboarding (cfr. paragrafo *Sviluppo e nuove competenze*), rivolto alle persone che entrano in Telecom Italia dal mercato esterno o dalle aziende del Gruppo, con la finalità di accelerare la crescita professionale e il consolidamento delle competenze attraverso un percorso graduale di inserimento. Nel 2015 sono state avviate 3 nuove edizioni e coinvolte circa 250 persone;
- *Spazio alla crescita*, programma che ha la finalità di offrire un sostegno a una gran parte della popolazione aziendale attraverso il potenziamento di specifiche aree comportamentali: comunicazione, cambiamento, lavoro di squadra, problem solving sistemico, orientamento al risultato, negoziazione, pianificazione/organizzazione, innovazione/creatività e coordinamento risorse;
- *Formazione Post Skill assessment*, in cui sono comprese le attività di formazione mirata per l'aggiornamento delle competenze e lo sviluppo di nuovi skill;
- *Talent In Action*, un progetto di sviluppo e formazione destinato ad uno specifico segmento di popolazione di circa 1.000 persone, che prevede la definizione di piani di azione individuali. Nell'ambito di questo progetto è stata definita un'articolata offerta formativa ritagliata sulle esigenze dei singoli, che consta di circa 80 diverse iniziative. Le attività hanno preso avvio a novembre 2014 e si svolgeranno anche per tutto il 2016;
- *Riqualificazioni professionali*, serie di interventi formativi volti a riqualificare le competenze tecnico-specialistiche delle persone e finalizzati al raggiungimento di efficienze e saving. Un esempio è il progetto "Front End Unico" in ambito Network, in cui la formazione ha accompagnato la complessa trasformazione del Front End garantendo l'effettiva operatività delle persone anche attraverso la misurazione dell'efficacia della formazione stessa.

In relazione agli obblighi previsti in attuazione delle misure di prevenzione e protezione aziendale derivanti dalla normativa vigente, sono stati erogati, in continuità con gli anni precedenti, una serie di interventi in materia, finalizzati a garantire la tutela di tutte le figure professionali che frequentano i luoghi di lavoro di Telecom Italia.

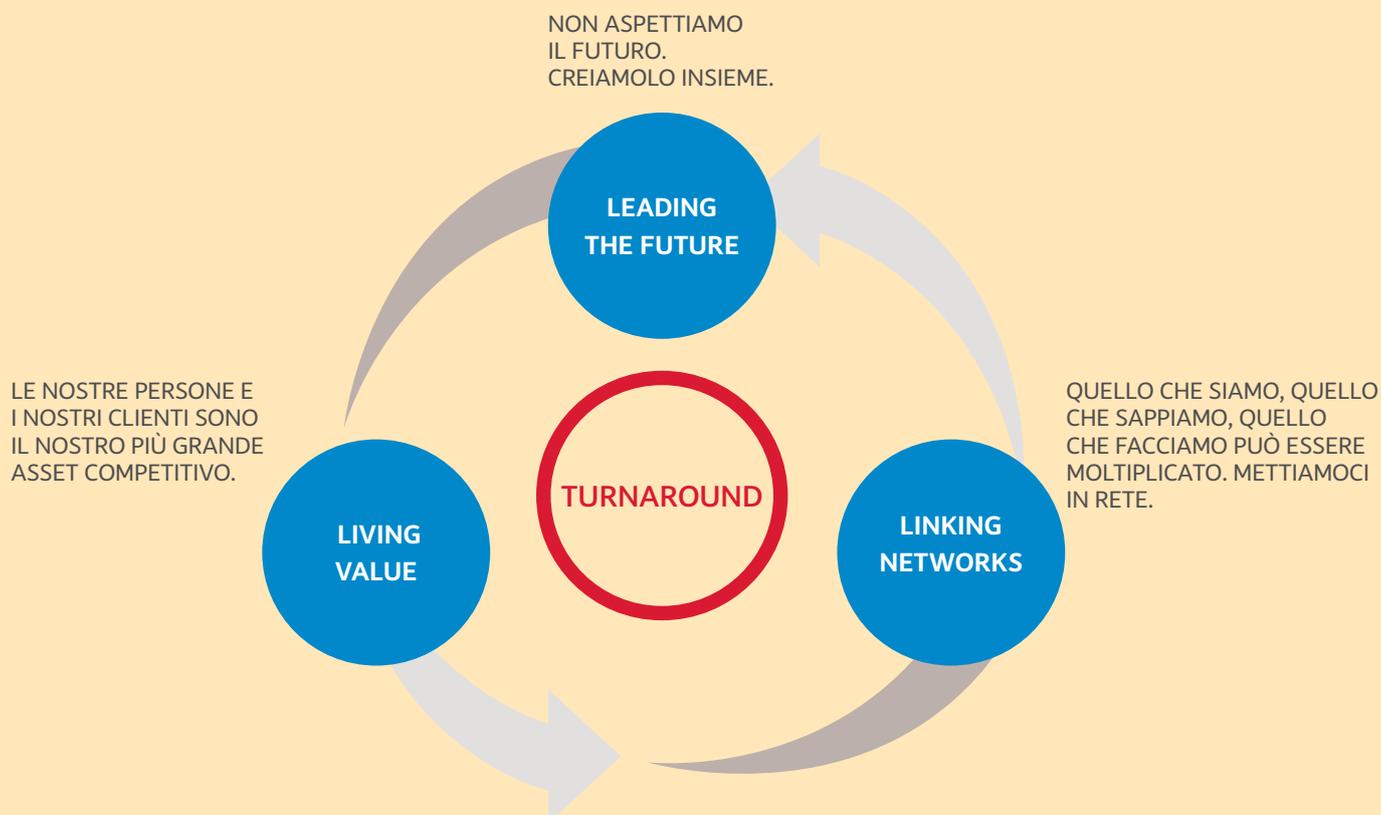
La funzione Compliance ha coinvolto diverse funzioni aziendali in giornate dedicate, denominate "Compliance Day", oltre che in diverse azioni di formazione trasversale sulle tematiche Sarbanes-Oxley Act, Modello Organizzativo 231 e Procedura Databreach. Nel secondo semestre del 2015, inoltre, è stato avviato il programma "compliance antitrust", che avrà come ricaduta anche un percorso formativo specifico sul tema che tragherà tutto il 2016.

IL MODELLO DI LEADERSHIP DI TELECOM ITALIA

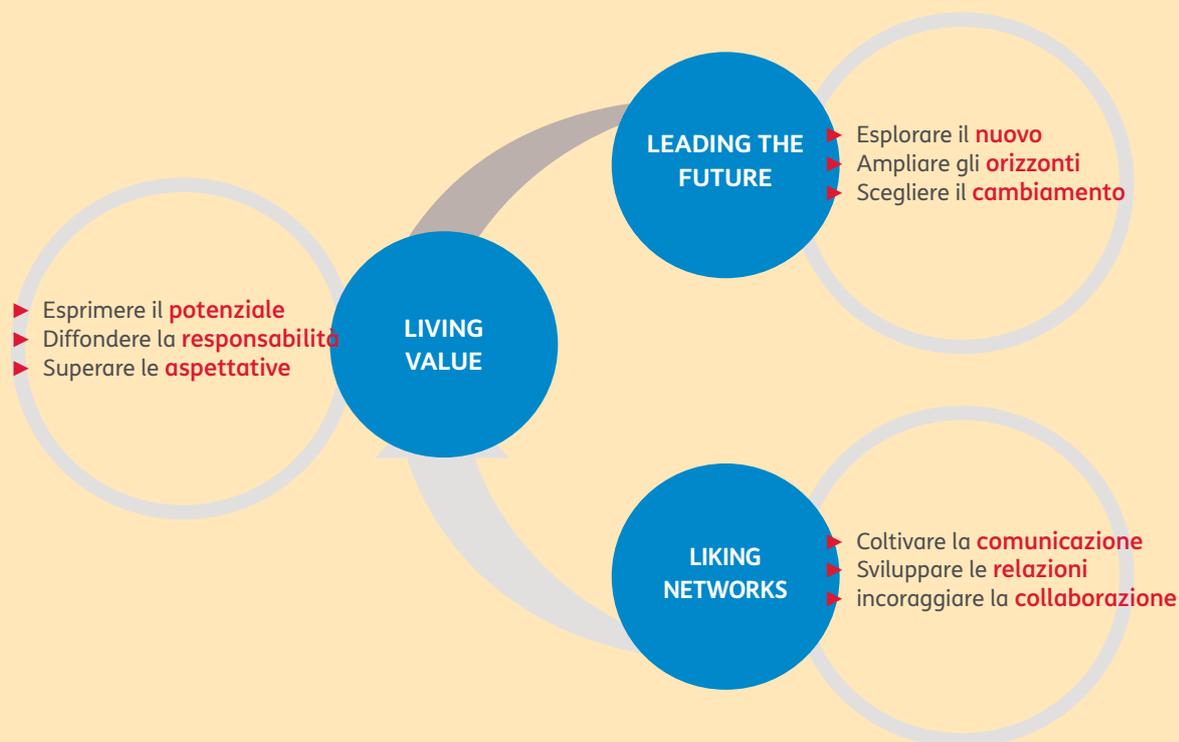
L'idea su cui si fonda il Modello è che la leadership possa essere diffusa, cioè, possa essere esercitata da tutti in relazione alla propria attività. Il Modello si rivolge quindi a tutta la popolazione aziendale in modo che ciascuno possa contribuire alla profonda e necessaria evoluzione delle competenze per realizzare il processo di trasformazione intrapreso dall'Azienda.

I tre concetti chiave della cultura e della strategia di Telecom Italia alla base del Modello di Leadership sono:

- Il futuro può essere costruito e guidato: **LEADING THE FUTURE**.
- Il valore prende vita e si crea attraverso le persone e le loro azioni quotidiane con i clienti: **LIVING VALUE**.
- Il nostro valore può essere moltiplicato se facciamo rete: **LINKING NETWORKS**.



Da queste tre dimensioni scaturiscono le **9 Competenze** che costituiscono il nuovo Modello di Leadership Telecom Italia:



Le 9 competenze, tradotte in comportamenti osservabili, sono state inserite nel sistema di performance management.

Il Performance Management fa parte di un più ampio Modello di Sviluppo che mette al centro il valore della persona attraverso la realizzazione di sistemi di valutazione e sviluppo trasparenti, equi, inclusivi e differenziati, in grado di fare emergere capacità, attitudini e saperi dei singoli e favorire processi di miglioramento continuo della persona e dell'organizzazione.



[G4-HR2], [G4-HR4], [G4-HR5], [G4-HR6], [G4-HR7] Infine è stato reso disponibile a tutti i dipendenti della BU Domestic il corso online sul rispetto dei Diritti Umani, legato alla pubblicazione della policy sul Rispetto dei Diritti Umani nel Gruppo; lo stesso corso, in lingua locale, verrà esteso, nel 2016, ai dipendenti della BU Brasile.

Nel 2015, in Brasile, le attività formative hanno riguardato prevalentemente il rispetto del Codice Etico e del modello organizzativo 231, delle norme relative alla Salute e Sicurezza sul lavoro e della Privacy.

Telecom Italia conferma il suo impegno nel processo di trasformazione culturale, avviando percorsi formativi sui temi della Diversity: nel corso del 2015, circa 50 manager si sono confrontati sul tema dell'ageing e confronto generazionale.

In Brasile tutti i neo-assunti sono tenuti a partecipare a corsi di formazione su tematiche aziendali quali etica e sostenibilità. Sono inoltre stati svolti, anche nel 2015, corsi di formazione di base e aggiornamento dedicati ai settori delle Vendite e al personale dei call center.

[G4-LA9] Le seguenti tabelle mostrano le ore di formazione nel Gruppo per categoria professionale. Un focus comparativo della formazione per genere è contenuto in *Appendice*.

2015	Ore		Partecipazioni ¹	Partecipanti	Copertura ²
	Totali	Procapite			
Totale	2.498.571	37,94	479.209	58.628	89,00%
Dirigenti	22.113	26,17	3.771	811	96,00%
Quadri	107.240	22,41	16.046	3.946	82,50%
Impiegati	2.369.218	39,33	459.392	53.871	89,40%

2014	Ore		Partecipazioni	Partecipanti	Copertura
	Totali	Procapite			
Totale	2.837.986	42,99	453.968	63.023	95,50%
Dirigenti	23.966	27,61	4.238	800	92,20%
Quadri	133.036	28,23	17.293	4.284	90,90%
Impiegati	2.680.983	44,36	432.437	57.939	95,90%

2013	Ore		Partecipazioni	Partecipanti	Copertura
	Totali	Procapite			
Totale	3.765.649	57,39	453.188	63.806	97,20%
Dirigenti	23.091	26,36	2.387	675	77,10%
Quadri	114.123	24,87	14.214	3.902	85,00%
Impiegati	3.628.435	60,32	436.587	59.229	98,50%

¹ Indica il numero complessivo di partecipazioni a momenti formativi nelle diverse forme previste (aula, online, training on the job).

² La copertura si riferisce al dato percentuale di partecipanti rispetto alla consistenza, cioè quante risorse del Gruppo in percentuale hanno partecipato ad almeno un evento formativo per singola categoria (dirigenti, quadri, impiegati).



[G4-HR2] Le attività formative legate al rispetto dei Diritti Umani hanno riguardato prevalentemente la diffusione della Policy per il Rispetto dei Diritti Umani del Gruppo, del Codice Etico e del Modello Organizzativo 231 (cfr. *Essere sostenibili in Telecom Italia*), delle norme relative alla Salute e Sicurezza sul lavoro e della Privacy.

Numero di ore di formazione sui Diritti Umani¹

	2015	2014	2013
Domestic	253.883	397.414	394.682
Brasile	44.940	-	-
Media	372	950	755

Percentuale di dipendenti formati sui Diritti Umani¹

	2015	2014	2013
Domestic	46,54%	94,12%	94,36%
Brasile	87,89%	-	-
Media	37,50%	93,18%	53,57%

[G4-HR7] Tutto il personale che opera nella funzione Security di Telecom Italia è formato e aggiornato sulla legislazione e normative nazionali e comunitarie in materia di sicurezza aziendale e svolge le sue attività nel pieno rispetto delle policy e procedure aziendali in vigore. In particolare, al fine di tutelare le risorse umane, materiali, immateriali e le infrastrutture dell'Azienda, il personale di Security svolge attività di analisi dei rischi e delle segnalazioni di incidenti di sicurezza, prevenzione delle perdite e contenimento dei danni, interfaccia verso il Dipartimento di Protezione Civile e gli altri Enti istituzionali impegnati nella gestione delle emergenze o dei grandi eventi che coinvolgono i diversi asset aziendali. Il personale di Security non svolge attività di controllo della folla e scorta a persone e valori, attività demandate istituzionalmente alle Forze di Polizia.

Insieme alle attività formative più tradizionali è continuata, nel 2015, l'attività di Knowledge Management con la finalità di facilitare in modo stabile la modalità con cui l'Azienda apprende nel suo complesso (learning organization), attivando lo scambio e la contaminazione reciproca di idee, conoscenze e soluzioni. Il modello ha due caratteristiche fondamentali: trasversalità e innovazione. Trasversalità perché si basa sul coinvolgimento di più funzioni aziendali in base al principio della competenza; innovazione perché favorisce la generazione di nuove competenze e idee al fine di favorire il coinvolgimento, lo scambio e la collaborazione strutturata con l'obiettivo di contribuire al vantaggio competitivo dell'Azienda.

¹ Come anticipato nel Bilancio di sostenibilità 2014, la rilevazione di questo dato nella BU brasiliana è partita dal 2015.



COMUNICAZIONE INTERNA

Il percorso intrapreso verso una nuova strategia di comunicazione interna deriva dal nuovo contesto di riferimento legato alla trasformazione dei modelli di business, delle tecnologie e comportamenti di consumo nelle TLC. E' continuata la conversione dai canali tradizionali verso forme più innovative, ispirate a logiche web centric che favoriscono la bilateralità, lo scambio e il confronto tra i componenti della comunità aziendale. In tal senso la intranet e il portale aziendale sono gli strumenti fondamentali per fornire informazioni e attivare momenti di ascolto formali e informali.

Di seguito sono elencati gli specifici obiettivi di comunicazione conseguiti nel 2015:

- **Comunicare la strategia**, per condividere la nuova visione del Gruppo e il disegno organico che sostiene la trasformazione anche attraverso l'attivazione e il coinvolgimento del middle management, che guida il processo e ingaggia le persone.
- **Sviluppo Identità Organizzativa**, per dare concretezza al nuovo sistema identitario, in coerenza con il rinnovato posizionamento e i Valori del Gruppo, il Modello di Leadership, la Employee Value Proposition (vedi box "I valori" a pag 176).
- **Accompagnare l'attuazione della People Strategy**, per rispondere alle attese delle persone di Telecom Italia e valorizzare il capitale di competenze, oltre a motivare i programmi e le azioni necessari alla trasformazione, verso le competenze del futuro, funzionali al business dell'Azienda.
- **Ingaggiare le persone**, per potere contare sulla loro energia, motivazione, creatività, e per favorire il «racconto positivo» e nuovi stili di storytelling (positive teller, progetto Archimede, contest Valori).
- **Sostenere la diffusione di iniziative destinate a soddisfare le esigenze di attenzione/benessere delle persone**, per un ambiente di lavoro più inclusivo ed efficiente, coerente con la trasformazione digitale, a favore del bilanciamento vita-lavoro.

Le iniziative di comunicazione innovative quali il sistema di eventi a cascata, che monitora partecipazione, gradimento, contributi e risultati qualitativi degli incontri previsti dal sistema, si sono affiancate alle forme più tradizionali di relazione che comunque continuano a rivestire notevole importanza.

Di seguito sono elencate le principali attività comunicative, tradizionali e non, svolte nell'anno:

- il management meeting del 25 marzo, rivolto in streaming a tutta la popolazione aziendale, ha segnato l'inizio di un intenso programma di diffusione e comunicazione delle strategie aziendali, per favorire una maggiore conoscenza del piano Industriale: attraverso incontri sul territorio circa 28.000 persone sono state coinvolte nella presentazione del piano 2015-2017;
- in seguito al management meeting, sono stati organizzati nelle principali sedi aziendali degli "instant event" a cura della squadra dei positive teller, i "narratori" aziendali, selezionati e formati con le tecniche di visual e social network education, per diffondere i principali contenuti d'impresa, per proseguire con la campagna di comunicazione dei valori aziendali. Nel 2015, 300 positive teller, attraverso 100 instant event hanno informato 4.000 colleghi su 31 sedi;
- tra aprile e giugno, le Direzioni hanno coinvolto tutte le loro persone in incontri condotti dai responsabili di funzione per condividere come declinare, nel proprio ambito professionale, i temi cardine del piano industriale e come concretizzare il proprio impegno;
- 25 incontri direzionali delle prime linee di business, in 12 città, molti dei quali raccontati in intranet attraverso news, documenti, videosintesi;
- da giugno è stato avviato un nuovo format di meeting territoriale, in cui il Vertice e Top Management presentano strategie, piani ed obiettivi ad una platea di circa 1.000 colleghi in ciascun incontro. Da inizio anno sono stati realizzati 4 meeting territoriali a Bologna, Milano, Roma e Napoli, durante i quali è stato previsto un momento di celebration, per valorizzare e dare visibilità a persone e casi di eccellenza aziendale;
- proseguono in tutta Italia i road show per diffondere il programma People Strategy 2015-2017, formalizzato in una brochure, editorialmente organizzata in infografica e dati sintetici, pubblicata su intranet e diffusa in email a tutti i dipendenti del Gruppo;

I VALORI



SIAMO LEADER RESPONSABILI

Siamo consapevoli che essere leader vuol dire guardare oltre gli orizzonti della quotidianità del nostro lavoro, condividere la conoscenza, dare il buon esempio, saper essere modelli di riferimento.

Condividiamo che essere responsabili è un impegno di tutti noi in prima persona, a tutti i livelli e per tutte le molte professioni della nostra Azienda. Scegliamo la cultura dell'inclusione perché il contributo di ciascuno, come persona e come parte di una squadra, rappresenta un patrimonio per tutti noi e per i nostri clienti. Consideriamo il confronto come un'opportunità di crescita reciproca e ci impegniamo a incoraggiare un dialogo continuo e costruttivo con tutti.



DESIDERIAMO CRESCERE

Siamo orgogliosi di quanto abbiamo realizzato per lo sviluppo delle telecomunicazioni nel nostro Paese. Manteniamo viva la nostra passione e alimentiamo la nostra curiosità, restando aperti agli stimoli che il mondo ci propone.

Vogliamo migliorarci sempre e per questo intraprendiamo con coraggio e convinzione nuovi progetti ed iniziative continuando a dedicare il nostro impegno e la nostra competenza alla costruzione del domani.

Lavoriamo ogni giorno per un futuro economicamente sostenibile della nostra Azienda.



PUNTIAMO ALL'ECCELLENZA

Crediamo che fare bene le cose sia fonte di soddisfazione.

Puntiamo a rendere eccellente il nostro lavoro come risultato di spinta creativa, costante orientamento all'innovazione e concreta realizzazione.

Poniamo le esigenze dei nostri clienti, persone e organizzazioni, alla base delle nostre decisioni. Curiamo il controllo dei nostri processi per migliorare ogni giorno la qualità e la sicurezza nell'esperienza digitale di tutto il Paese, offrendo un servizio competente ed esperto, raggiungibile attraverso tutti i canali. Siamo convinti che il contributo di ciascuno debba essere sempre al servizio di un risultato complessivo che abbracci tutta l'Azienda, nella condivisione delle pratiche migliori e delle informazioni.



VIVIAMO IL CLIENTE

Lavoriamo per far comunicare le persone, rendendo la vita più semplice e ricca di opportunità e relazioni.

La nostra esperienza di donne e uomini di Telecom Italia potrà evolvere, a fianco del cliente, in un cammino di cura, sviluppo e arricchimento reciproci.

Le nostre competenze e la nostra capacità innovativa trovano valore nella trasformazione della tecnologia in servizi e prodotti in grado di migliorare concretamente la vita dei nostri clienti. Vogliamo entrare profondamente in sintonia con le aspettative e le aspirazioni dei nostri clienti, fare nostri i loro bisogni, desideri, sogni proporre una esperienza di valore nel rapporto con Telecom Italia.



- a maggio, agosto e novembre sono state organizzate tre edizioni del format Parli@mone, diffuse online in video-streaming a tutta l'Azienda, in cui il Vertice prosegue il dialogo con le persone e presentando gli aggiornamenti sui principali dati economici del trimestre, comunicando i risultati raggiunti, incoraggiando il miglioramento;
- nel 2014 si è svolta la nona edizione della rilevazione di clima in Italia e in Brasile, che ha coinvolto l'intera popolazione aziendale. Il modello 2014 era stato arricchito di una specifica sezione dedicata al tema dell'identità. Il primo semestre del 2015 è stato dedicato alla presentazione dei principali risultati alle funzioni aziendali, che, successivamente, hanno elaborato piani di miglioramento, catalogati e inseriti in uno specifico ambiente web intranet;
- è stato potenziato il sistema di ascolto tramite la tecnica dei focus group: nel primo semestre del 2015 sono stati coinvolti oltre 300 colleghi rappresentativi per genere, presenza sul territorio, appartenenza organizzativa.

In Brasile, durante il 2015, sono state realizzate numerose iniziative di comunicazione interna al fine di promuovere l'integrazione tra le persone sul posto di lavoro, allinearle agli obiettivi strategici aziendali e migliorarne il benessere psico-fisico. Ad esempio, la campagna Diversidade Tim ha avuto come obiettivo la promozione della diversità e un'integrazione reale e senza pregiudizi, mentre con la Campanha de segurança sono state diffuse all'interno dell'Azienda le principali nozioni per la sicurezza e la salute sul posto di lavoro.

Inoltre sono state lanciate due nuove iniziative di ascolto Fale com People Value e Focus Groups, al fine di migliorare il dialogo tra l'Azienda e le persone, conoscerne le aspettative e migliorarne il benessere psico-fisico.

TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA

Il sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro messo in campo da Telecom Italia assicura la piena aderenza dell'Azienda alle normative nazionali e agli accordi presi in merito con le organizzazioni sindacali, e prevede altre numerose iniziative volte ad assicurare una sicurezza sempre maggiore ai lavoratori.

[G4-LA5] In Italia la norma di riferimento è il Testo Unico sulla Salute e Sicurezza sul Lavoro, che, tra l'altro, richiede esplicitamente che ci sia partecipazione e consultazione in materia con i rappresentanti dei lavoratori. La norma richiede che il rappresentante dei lavoratori per la sicurezza sia eletto o designato dai lavoratori nell'ambito delle rappresentanze sindacali in azienda. **[G4-LA8], [G4-LA5]** Il numero, le modalità di designazione o di elezione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza, nonché il tempo di lavoro retribuito e gli strumenti per l'espletamento delle funzioni sono stabiliti in sede di contrattazione collettiva. La normativa è applicata in tutte le realtà italiane e, in particolare, per quanto riguarda Telecom Italia S.p.A., sono stati istituiti i Comitati per la Salute e Sicurezza. Questi Comitati, secondo gli accordi sottoscritti con le organizzazioni sindacali, hanno un ruolo partecipativo e collaborativo atto a garantire analisi e confronto congiunto tra parte aziendale e parte sindacale su tutte le tematiche relative alla tutela della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, a livello nazionale e territoriale. A tal fine l'accordo istitutivo dei Comitati prevede che sia il Comitato Paritetico Salute e Sicurezza Nazionale (CPSSN) sia ciascuno dei 4 Comitati Paritetici Salute e Sicurezza Territoriali (CPSST) siano composti da tre membri nominati dall'Azienda e tre membri nominati dalle Organizzazioni Sindacali firmatarie dell'accordo. A parte gli specifici compiti assegnati dall'accordo ai Comitati, il CPSSN deve coordinare e fornire indicazioni ai CPSST che a loro volta fungono da interfaccia e supporto con le rappresentanze dei lavoratori.

[G4-LA7] In Telecom Italia S.p.A. le attività lavorative sono state classificate su livelli di rischio basso e medio, in coerenza con quanto definito dalla normativa di riferimento, secondo la classificazione ATECO dell'Istituto Nazionale di Statistica. Non sono presenti in azienda attività a rischio alto. Per nessuna malattia professionale si è verificato un numero significativo di casi. Anche nelle altre consociate del Gruppo non sono presenti attività classificate ad alto rischio.

[G4-DMA Occupational Health and Safety] Nel corso del 2015 le principali aree di intervento sulla salute e la sicurezza sul lavoro hanno riguardato particolari ambiti valutativi e azioni di prevenzione su specifiche figure professionali dell'organizzazione aziendale. Il costante presidio della tematica ha portato, a maggio 2015, all'emissione della nuova versione del Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) che recepisce le variazioni intervenute nell'ultimo periodo.



Sul versante della valutazione dei rischi particolare riguardo ha rivestito lo stress lavoro correlato; a febbraio 2015 si è conclusa la terza valutazione preliminare condotta secondo la metodologia INAIL¹ su 16 gruppi omogenei di lavoratori in cui è stata ripartita la popolazione aziendale. All'esito della valutazione, il rischio di stress lavoro correlato si è attestato ad un livello "non rilevante".

Il percorso messo in campo è stato apprezzato da istituzioni ed esperti del settore, a livello nazionale e internazionale. Telecom Italia è stata una delle società partner della campagna 2014-2015 "Insieme per la prevenzione e la gestione dello stress lavoro correlato" promossa dall'Agenzia Europea per la sicurezza e la salute sul lavoro. La partnership ha consentito di entrare a far parte di un network di imprese che hanno reso disponibili e condiviso le proprie esperienze e progetti e contribuito a costruire una maggior consapevolezza sul tema. La campagna si è conclusa ufficialmente nel mese di novembre 2015.

Nell'ambito delle rilevazioni strumentali in campo ambientale e sicurezza sul lavoro, degno di nota è il progetto che prevede l'acquisizione di 4 nuove unità mobili da destinare ai presidi territoriali, con l'obiettivo di garantire supporto specialistico più approfondito alle linee tecniche aziendali, creare laboratori itineranti a livello territoriale e centrale per rendere più efficaci gli interventi della funzione HSE, promuovere l'impegno che Telecom Italia pone sugli aspetti di prevenzione e tutela della sicurezza del proprio personale e della collettività, anche attraverso la partecipazione ad eventi espositivi, culturali e informativi.

E' proseguita l'azione sul versante della formazione in materia di sicurezza verso tutto il personale aziendale con programmi differenziati in virtù dei rischi ai quali sono esposti i lavoratori.

Sono stati inoltre avviati, come ogni anno, i corsi di guida sicura dedicati al personale che utilizza auto aziendali.

Nell'ottica di promuovere in tutti i contesti, anche quelli più operativi, la cultura della sicurezza, favorire il dibattito e la raccolta di proposte di miglioramento, nel corso del 2015 sono stati realizzati 46 incontri, denominati "Momenti per la Sicurezza" dove tecnici e responsabili, alla presenza della funzione Health, Safety and Environment, hanno affrontato tematiche quali infortuni, sorveglianza sanitaria, attrezzature e DPI²; dal confronto sono emersi utili spunti che porteranno alla definizione di azioni di miglioramento nel corso del 2016.

E' proseguita l'attività di benchmarking promossa da Telecom Italia con il coinvolgimento delle principali imprese a rete italiane (Enel, Poste Italiane, Ferrovie dello Stato, Terna, Anas, Snam, Autostrade per l'Italia, Vodafone, etc.) con incontri periodici su tematiche di salute e sicurezza e workshop, organizzati a rotazione da ciascuna azienda, con la partecipazione di esperti del settore ed enti istituzionali. Gli incontri e workshop hanno la finalità di condividere le best practice adottate dalle imprese aderenti al tavolo di lavoro ed individuare soluzioni condivise su problematiche comuni alle imprese a rete.

Nell'ambito delle azioni promosse da INAIL e dal consorzio ELIS³ volte a realizzare azioni pratiche per favorire la diffusione di una cultura della sicurezza sul lavoro, Telecom Italia ha partecipato attivamente ai tavoli di lavoro che hanno visto l'emissione di due linee guida riguardanti la gestione del rischio di infortuni legati alla circolazione stradale con l'obiettivo di realizzare uno strumento utile alla valutazione dei rischi ed all'individuazione delle necessarie misure di prevenzione e protezione. Nell'ambito dei medesimi tavoli sono state inoltre individuate le linee di indirizzo e i requisiti procedurali per la gestione della catena di fornitura con particolare riferimento alle modalità di selezione, inserimento in albo, nonché monitoraggio e valutazione delle prestazioni.

Con riguardo al rafforzamento della consapevolezza sui temi della salute e sicurezza anche da parte della filiera di fornitura sono proseguite le azioni di verifica periodica sui principali fornitori; nel corso del 2015 sono stati condotti audit su tutte le imprese di Rete fissa i cui esiti concorrono alle valutazioni di vendor rating; sono state inoltre verificate le principali imprese uniche operanti a livello nazionale nell'ambito delle manutenzioni infrastrutturali, alcune imprese di Rete mobile e un campione di ulteriori imprese fornitrici di materiali e prodotti.

Nel corso del 2015 sono stati organizzati due tavoli tecnici che hanno coinvolto tutte le imprese di Rete fissa per un confronto su aspetti di sicurezza specifici legati alle attività in appalto.

¹ Istituto Nazionale per l'Assicurazione contro gli Infortuni sul Lavoro.

² Dispositivi di protezione individuale.

³ Educazione, Lavoro, Istruzione e Sport.



Infortuni e malattie professionali

Infortuni			
	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013
Numero infortuni (esclusi in itinere)	554	566	538
Indice di gravità(*)	0,21	0,34	0,21
Indice di frequenza(*)	8,31	8,96	8,34
Durata media in ore	139,93	131,62	132,83
Indice di improduttività(*)	1,42	1,39	1,40
Infortuni x 100 lavoratori	1,27	1,30	1,23

(*) Gli indici di gravità, di frequenza e di improduttività rappresentano rispettivamente:

- i giorni convenzionali perduti per infortunio ogni mille ore lavorate
- gli infortuni per ogni milione di ore lavorate
- le ore perdute per infortunio ogni mille lavorate

Per Telecom Italia S.p.A. l'analisi statistica evidenzia una lieve riduzione del numero di infortuni sul lavoro occorsi nel 2015. Dall'approfondimento sugli indicatori emerge che:

- la diminuzione del numero di infortuni e l'aumento delle ore lavorate hanno inciso positivamente sulla riduzione dell'indice di frequenza e il rapporto degli infortuni su 100 lavoratori. Anche l'indice di gravità registra una flessione rispetto all'anno precedente;
- a fronte della diminuzione del numero di casi, si registra l'aumento della durata media in ore del singolo evento.

I dettagli relativi agli infortuni, alle malattie professionali e alle assenze richiesti dallo standard GRI-G4 **[G4-LA6a]** sono riportati nell'appendice al presente capitolo.

Le principali tipologie di infortunio riscontrate sono state, in ordine decrescente: cadute, incidenti stradali, distorsioni, strappi, maneggio materiali, urti, e altre tipologie minori.

Nel periodo 2013-2015 è avvenuto un decesso (anno 2014, uomo), dovuto ad un incidente stradale per investimento in orario di lavoro.

Per quanto riguarda le malattie professionali sono state prese in considerazione le denunce presentate all'INAIL nell'anno di riferimento e sottoposte ad iter di riconoscimento.

Nel corso del 2015 le malattie professionali denunciate dai lavoratori hanno riguardato patologie inerenti l'apparato respiratorio, muscolo-scheletrico, uditivo/vocale e malattie psichiche/psicosomatiche.

[G4-LA6b] Nell'unica realtà aziendale in cui il core business dell'Azienda viene svolto in parte da dipendenti di fornitori (IT Telecom) non sono stati segnalati né infortuni, né malattie professionali.

[G4-LA6c] In Telecom Italia esiste una procedura in cui vengono descritte le norme e gli adempimenti che ciascun soggetto deve porre in essere nel processo di "genesi", gestione e chiusura delle denunce di infortunio sul lavoro e/o in itinere occorsi ai lavoratori per i quali le aziende sono tenute al pagamento del premio INAIL (Istituto Nazionale per l'Assicurazione contro gli Infortuni sul Lavoro). La procedura prevede che al verificarsi di un infortunio il lavoratore invia un certificato di infortunio al proprio responsabile e alla gestione del personale. Quest'ultima inoltra la denuncia d'infortunio all'INAIL che, dopo opportune verifiche, confermerà o meno l'infortunio. Nel caso in cui l'infortunio non fosse riconosciuto, i giorni di assenza del lavoratore diventeranno in automatico giorni di assenza per malattia ordinaria.



In Brasile

[G4-DMA Occupational Health and Safety] In TIM Brasil tutti i dipendenti ricevono, dopo l'assunzione, una formazione in materia di salute e sicurezza. Vengono inoltre regolarmente effettuati controlli per identificare i rischi e le relative misure di controllo, le cui risultanze vengono riportate nel documento Programma di Prevenzione per i Rischi Ambientali. Il documento, redatto per ogni sito TIM, viene aggiornato annualmente, secondo quanto previsto dalla legge.

Ogni anno si svolge la Settimana Interna della Prevenzione Infortuni, durante la quale i dipendenti vengono informati sui rischi legati all'ambiente di lavoro e sulle relative misure di controllo.

[G4-LA5] Nei siti TIM Brasil con oltre 50 dipendenti sono state costituite commissioni interne per la prevenzione degli infortuni sul lavoro (Cipas), per complessive 11 commissioni su tutto il territorio nazionale. Le commissioni sono composte da dipendenti, eletti per il 50% da dipendenti con ruolo di responsabilità e, per il restante 50%, da dipendenti senza incarichi di responsabilità. Nei siti aziendali con meno di 50 dipendenti, un dipendente viene formato appositamente per seguire queste attività.

In TIM Brasil sono 27 le persone impegnate in attività di prevenzione.

[G4-LA8] Di norma in Brasile gli accordi collettivi prevedono che vengano riportate anche informazioni sulla prevenzione degli infortuni e delle malattie professionali e TIM Brasil segue questa prassi.

RELAZIONI INDUSTRIALI

[G4-HR4] [G4-DMA Employment] Da sempre Telecom Italia intrattiene rapporti aperti e trasparenti con i sindacati e le rappresentanze dei lavoratori, nella convinzione che solo attraverso un confronto continuo e costruttivo si possa arrivare alle soluzioni di miglior equilibrio rispetto alle aspettative di tutti gli stakeholder.

[G4-11] Tutti i lavoratori del Gruppo, tanto in Italia quanto in Brasile, sono coperti da contratti collettivi di lavoro concordati con le organizzazioni sindacali e a tutto il personale è garantita la possibilità di partecipare alle assemblee sindacali, in termini di ore di permesso retribuito e spazi aziendali che ne consentano lo svolgimento, nonché partecipare liberamente alle consultazioni per l'elezione dei rappresentanti sindacali. In nessuna delle operazioni del Gruppo il diritto alla partecipazione sindacale è a rischio o messo in discussione. Gli accordi sindacali, tra l'altro, specificano le modalità di fruizione dei diritti e stabiliscono gli organi di controllo per il loro rispetto. **[G4-LA4]** I cambiamenti organizzativi con significativa incidenza sui livelli occupazionali e sul personale sono discussi con le rappresentanze sindacali e, in taluni casi, si procede alla stipula di un accordo ad hoc che specifica i tempi e le modalità della riorganizzazione. **[G4-HR5], [G4-HR6]** La collaborazione con le rappresentanze dei lavoratori, insieme alle procedure e ai sistemi di controllo interni, ha fatto sì che non sia stata segnalata alcuna violazione o alcun rischio riguardante l'applicazione delle policy di Responsabilità Sociale del Gruppo che tutelano i diritti fondamentali del lavoro, quali il divieto di lavoro coatto o di lavoro minorile¹.

Telecom Italia S.p.A.

Il sistema relazionale di Telecom Italia si basa sulla partecipazione, intesa come valore da ricercare in ogni sede di confronto, non soltanto negoziale. Il 2015 è stato caratterizzato da diverse sessioni di confronto e informazione con le rappresentanze sindacali, in linea con l'assetto consolidato di relazioni industriali, sia a livello nazionale che territoriale.

Il piano Industriale 2016-2018 è incentrato sullo sviluppo industriale e il rafforzamento del percorso di leadership tecnologica sul mercato domestico, attraverso l'incremento degli investimenti e la realizzazione di reti infrastrutturali di nuova tecnologia; investimenti importanti, sui settori più strategici del business futuro di Telecom Italia, per assicurare l'impegno dell'Azienda nell'ambito dell'innovazione e consentire i necessari livelli di competitività ed efficienza. Tra i principali obiettivi vi è quello di dotare il Paese di una moderna struttura di rete di nuova generazione, con il raggiungimento dell'84% della popolazione con la fibra ottica e di oltre il 98% con la rete mobile 4G nel 2018. L'attuazione del piano richiede inoltre di effettuare un remix

¹In tema di lavoro minorile, le policy consentono alcune deroghe, interamente legali, come, ad esempio, i contratti di formazione incentivati dal governo brasiliano.



professionale per rinnovare il portafoglio di competenze disponibili e di internalizzare, laddove possibile, attività ad alto valore. Nell'ambito del confronto in merito agli aspetti connessi alle ricadute occupazionali, le parti negoziali hanno ricercato ogni possibile soluzione al fine di individuare strumenti socialmente non traumatici ed economicamente sostenibili per le persone che lavorano in Azienda. In tal senso, a settembre 2015, è stato raggiunto un accordo che ha definito il percorso per la gestione del piano finalizzato a coniugare le esigenze di efficienza operativa con la salvaguardia dei livelli occupazionali. Gli strumenti individuati, che sono stati successivamente oggetto di specifici accordi applicativi, sono:

- il contratto di solidarietà per la durata di due anni con l'impegno ad estenderlo per ulteriori dodici mesi, per consentire di minimizzare nel triennio, in modo strutturale, le eccedenze produttive, anche attraverso le uscite anticipate e volontarie dal lavoro attraverso il ricorso agli altri strumenti di legge;
- l'accompagnamento anticipato alla pensione mediante lo strumento della mobilità volontaria;
- il ricorso all'articolo 4 della legge Fornero, che consente ai lavoratori più anziani di poter anticipare l'uscita dal lavoro percependo immediatamente un importo pari alla pensione maturata fino a quel momento (c.d. sospensione a carico dell'Azienda). L'Azienda continuerà anche a versare i contributi fino al raggiungimento della pensione effettiva;
- le riconversioni professionali, per consentire ai lavoratori oggi impegnati in strutture che dimostrano necessità di efficientamento di essere riqualificati in attività a maggior valore e con una stabilità occupazionale a medio e lungo termine.

L'Azienda per attenuare il disagio economico dovuto alla riduzione di orario delle giornate di solidarietà, solo in parte compensato dal contributo INPS, ha deciso di prevedere, per i dipendenti interessati che ne facciano richiesta, l'erogazione di prestiti aziendali a tassi di interesse agevolati¹.

L'obiettivo finale della manovra è garantire la stabilità occupazionale di Telecom Italia e quindi difendere il lavoro e accrescere la competitività. L'accordo prevede, inoltre, che al termine delle sospensioni per solidarietà, a fronte di una verifica positiva in merito all'attuazione complessiva del piano e avanzamento dei relativi obiettivi, l'Azienda erogherà ai lavoratori interessati dal contratto di solidarietà, una somma una tantum di carattere premiale.

In modo particolarmente intenso è altresì proseguito il confronto con le rappresentanze aziendali dei dirigenti, che ha consentito di individuare strumenti socialmente sostenibili, aggiuntivi rispetto a quelli normalmente presenti in Azienda, per favorire il necessario rightsizing, in modo non traumatico e in grado di coniugare le necessità aziendali di gestione del turnover e di remix manageriale.

In tal senso è stata definita un'intesa con la rappresentanza dei dirigenti che prevede la cessazione su base volontaria di massimo 150 dirigenti in possesso dei requisiti previsti dalla legge. Potranno quindi accedere alla risoluzione consensuale del rapporto di lavoro i dirigenti che maturino i requisiti minimi per il pensionamento di vecchiaia o anticipato nell'arco del quadriennio successivo alla cessazione stessa con erogazione a carico dell'Azienda di una prestazione di importo pari al trattamento di pensione che spetterebbe ai lavoratori in base alle regole vigenti e a corrispondere all'INPS la contribuzione fino al raggiungimento dei requisiti minimi per il pensionamento.

Nel pieno rispetto della vigente disciplina legislativa, Telecom Italia S.p.A. ha esperito le previste procedure con le rappresentanze sindacali interessate, in merito a due distinte operazioni societarie, entrambe concluse positivamente con accordo tra le Parti. In particolare è stato perfezionato il trasferimento del ramo d'azienda di Telecom Italia S.p.A. della funzione Tower alla Società Infrastrutture Wireless Italiane S.p.A. (INWIT). L'iniziativa ha risposto all'obiettivo di costituire un operatore indipendente di infrastrutture reti radio che sviluppasse e valorizzasse il business delle torri coinvolgendo varie tipologie di operatori di servizi di comunicazione elettroniche e player ICT. Nell'ambito della procedura sono stati sottoscritti specifici accordi, in merito al mantenimento dei trattamenti economici e normativi da applicare alle risorse interessate al trasferimento.

Azienda e Sindacato hanno seguito un analogo percorso di confronto positivo, per esperire la procedura relativa al progetto di fusione per incorporazione di Telecom Italia Media S.p.A. in Telecom Italia S.p.A. Tale operazione è servita a razionalizzare

¹Tasso ufficiale di rifinanziamento BCE attualmente allo 0,05%.



e semplificare la struttura del Gruppo nonché a gestire in modo più efficiente, cogliendo anche opportunità di medio lungo periodo, il processo di valorizzazione di Persidera S.p.A.

Inoltre, un complesso e proficuo percorso relazionale ha visto Azienda e Organizzazioni Sindacali confrontarsi sulla portata della partecipazione ad Expo 2015 da parte di Telecom Italia come Official Global Partner e delle correlate esigenze di presidiare nel modo migliore la manifestazione.

In tale contesto è stata sottoscritta un'intesa sindacale che ha regolato il modello operativo di presidio e assistenza di Telecom Italia per Expo e tutte le relative necessità di orari di lavoro, turnistica e reperibilità delle persone dell'Azienda che hanno contribuito a realizzare tale evento.

Brasile

Gli incontri per discutere le modifiche 2015-2016 all'accordo collettivo - ACT 2014/2016, iniziate nel mese di settembre 2015 e terminate a dicembre, sono state approvate unanimemente a livello nazionale. L'Azienda si è riunita cinque volte con le due Federazioni nazionali (FENATTEL e FITTEL) che rappresentano insieme i 27 sindacati del Paese. Le trattative hanno riguardato gli aspetti economici relativi a incrementi salariali e benefit. Con riferimento all'assistenza sanitaria per bambini, è stato innalzato il requisito dell'età anagrafica valido ai fini dell'assicurazione: da un limite massimo di 6 anni di età, a 7 anni. Sono state, infine, riconosciute come festività le giornate del 28, 29 e 30 Dicembre.

POLITICA DI REMUNERAZIONE

La politica di remunerazione del Gruppo è costruita in modo da garantire i necessari livelli di competitività dell'impresa sul mercato del lavoro. La competitività si traduce nel sostenere gli obiettivi strategici, perseguire la sostenibilità dei risultati nel lungo termine e tendere al giusto equilibrio tra le esigenze di unitarietà del Gruppo e differenziazione dei diversi mercati di riferimento. Ne consegue un'architettura retributiva prioritariamente finalizzata a garantire il corretto bilanciamento della componente fissa e della componente variabile, di breve e di lungo termine, cui si affiancano il sistema dei benefit e altri strumenti quali il Piano di Azionariato Diffuso (PAD).

Più in particolare, la componente fissa riflette l'ampiezza e la strategicità del ruolo ricoperto, misurato rispetto al mercato e apprezza le caratteristiche soggettive e le competenze distintive possedute. La retribuzione variabile a breve termine (MBO) è invece finalizzata a rendere trasparente il legame tra riconoscimento economico e grado di raggiungimento degli obiettivi annuali. A tal fine gli obiettivi sono fissati con riferimento a indicatori di natura quali-quantitativa, rappresentativi e coerenti con le priorità strategiche e di piano industriale, misurati secondo criteri predefiniti e oggettivi. In continuità con il 2014, è stato confermato nel 2015 il meccanismo di "cancello", soglia di accesso ai soli obiettivi aziendali: in caso di mancato raggiungimento dell'obiettivo "cancello", questo meccanismo non consente la maturazione del premio correlato al consuntivo dei restanti obiettivi aziendali.

Un elemento di discontinuità rispetto al 2014, è costituito invece dalla previsione per ciascun destinatario di MBO di un obiettivo con peso 20% alimentato dal risultato complessivo della valutazione proveniente dal nuovo sistema di Performance Management (cfr. paragrafo *Sviluppo e competenze*).

La componente variabile di lungo termine è finalizzata a promuovere l'allineamento tra gli interessi del management e quelli degli azionisti attraverso la partecipazione al rischio d'impresa, con ricadute positive sul piano di Stock Option 2014-2016 che ha interessato l'Amministratore Delegato, il Top Management e un bacino selezionato della dirigenza¹.

¹Al fine di fornire un'indicazione corretta del rapporto tra la remunerazione del Top Management e il resto della popolazione aziendale [G4-54], [G4-55], in conformità con la "Policy per la Classificazione e la Gestione delle Informazioni sotto il profilo della riservatezza", Telecom Italia fornisce alcune indicazioni, utili al calcolo, nelle consuete modalità tabellari della Relazione sulla Remunerazione (pag. 26) e nella Relazione Finanziaria Annuale (pag. 283). Il prosieguo del processo di implementazione delle linee guida GRI G4 consentirà, anche a livello di settore, di valutarne le modalità di rappresentazione.



Nel 2015 si conferma ed estende l'implementazione dei principi di Total Rewarding, diretti ad utilizzare in modo elastico una pluralità di strumenti, che non sono più solo monetari, ma che includono anche welfare, formazione, percorsi professionali e di sviluppo. La politica meritocratica 2015 intende consolidare, quindi, il percorso iniziato nel 2014, utilizzando in modo flessibile cinque pilastri, i primi due di natura economica, i restanti riconducibili ad un'idea allargata di sistema premiante: aumenti retributivi, bonus, auto, inquadramento e formazione. Infine, fra i possibili strumenti di politica retributiva va segnalato anche il PAD, veicolo di partecipazione agli utili e al rischio di impresa, finalizzato a sostenere la motivazione dei dipendenti e rafforzare il senso di appartenenza. A giugno 2014 l'Azienda ha lanciato un PAD in virtù del quale tutti i dipendenti con contratto a tempo indeterminato di Telecom Italia S.p.A. e delle sue controllate con sede legale in Italia hanno potuto sottoscrivere azioni con uno sconto del 10% sul prezzo di mercato. Ad agosto 2015, ad un anno dall'assegnazione, nel caso di mantenimento della proprietà delle azioni e in costanza di rapporto di lavoro, è stata attribuita un'azione gratuita ogni tre azioni sottoscritte (bonus share).

Di seguito sono riportate le principali tipologie di obiettivi legati alla sostenibilità presenti nel sistema di MBO aziendale.

Stakeholder di riferimento	Obiettivi oggetto di incentivazione	% di manager (a cui l'obiettivo si applica)
Clienti	<ul style="list-style-type: none"> ■ Customer satisfaction ■ Qualità del servizio erogato ■ Qualità del servizio percepita dai clienti consumer e business ■ Qualità del servizio percepita dagli altri operatori nazionali di telefonia fissa e mobile 	99% 18% 99% 6%
Risorse Umane	<ul style="list-style-type: none"> ■ Salute e sicurezza dei dipendenti ■ Programmi di formazione e crescita professionale ■ Attività di welfare (People Caring) e benessere per i dipendenti 	4%
Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ■ Consumi di materiali, energia 	2%
Azionisti e Istituzioni	<ul style="list-style-type: none"> ■ Qualità e tempestività dell'informativa societaria 	1%
Comunità	<ul style="list-style-type: none"> ■ Organizzazione di manifestazioni ed eventi corporate ■ Qualità di iniziative/progetti corporate 	2%

I dettagli relativi alla remunerazione richiesti dallo standard **[G4-LA13]** sono contenuti nell'Appendice al presente capitolo.



SEGNALAZIONI PERVENUTE TRAMITE LA PROCEDURA PER IL CONTROLLO INTERNO

[G4-LA16] Sono di seguito espone le segnalazioni ricevute attraverso la procedura di Segnalazione per il Controllo Interno (cfr. *Il Gruppo Telecom Italia*, paragrafo *Il sistema di Corporate Governance*) relative a questioni di lavoro per il triennio 2013-2015, in Italia e in Brasile.

Italia

	2015	di cui sostanziate	2014	di cui sostanziate	2013	di cui sostanziate
Numero totale segnalazioni relative a questioni di lavoro pervenute attraverso meccanismi formali nel periodo di riferimento	1	0	7	0	3	0
Di cui gestite durante il periodo di riferimento	1	0	7	0	3	0
Di cui risolte durante il periodo di riferimento	1	0	7	0	2	0
Numero totale di segnalazioni relative a questioni di lavoro pervenute in precedenza che sono state risolte nel periodo di riferimento	0	0	1	0	0	0

Brasile

	2015	di cui sostanziate	2014	di cui sostanziate	2013	di cui sostanziate
Numero totale segnalazioni relative a questioni di lavoro pervenute attraverso meccanismi formali nel periodo di riferimento	42	18	7	6	nd	nd
Di cui gestite durante il periodo di riferimento	42	18	7	6	nd	nd
Di cui risolte durante il periodo di riferimento	35	18	6	6	nd	nd
Numero totale di segnalazioni relative a questioni di lavoro pervenute in precedenza che sono state risolte nel periodo di riferimento	1	1	0	0	nd	nd

In Brasile la Procedura di Segnalazione è presente dal 2014. L'aumento della numerosità delle segnalazioni nel 2015 rispetto all'anno precedente è ascrivibile a una maggiore trasparenza e accessibilità della procedura, rivista proprio nel 2015. In particolare, attraverso una serie di passaggi guidati all'interno del portale per le segnalazioni, il segnalante è facilitato nell'esposizione della situazione critica, effettuata in piena consapevolezza della garanzia di anonimato.



PROGETTI DI CORPORATE SHARED VALUE



ASILI NIDO E SCUOLA MATERNA



Lo scenario

Gli Asili MioNido, dedicati ai bambini figli di dipendenti (o inseriti nel loro nucleo familiare) da 3 mesi a 3 anni, sono strutture interne alle sedi aziendali che, con tariffe uguali sul territorio e turni in base alle diverse esigenze, mirano a favorire la conciliazione vita-lavoro e la qualità del vivere in Azienda.

Sono attivi 10 asili nido aziendali nelle sedi di Torino, Milano, Firenze, Ancona, Roma (3), Napoli, Catanzaro, Palermo e 10 asili nido privati in convenzione: Torino, Padova (2), Trento, Bologna, Roma (5). Queste strutture offrono diverse fasce orarie di permanenza dei bambini per consentire di venire incontro alle esigenze del personale, soprattutto per chi lavora in turnazione. La scelta dell'ubicazione di un asilo avviene sulla base di valutazioni relative alla tipologia della popolazione aziendale (età media dipendenti, numero di figli tra 0 e 3 anni, presenza di lavoratrici) e alla sede lavorativa (difficoltà logistiche, presenza di call center, ecc.).

I 10 asili nido aziendali e i 10 asili nido in convenzione rendono disponibili i posti non coperti dai colleghi anche a società esterne (Poste Italiane, Banca Intesa, Assicurazioni Generali, ecc.) che, a loro volta, mettono a disposizione di Telecom Italia dei posti nei propri asili nido.

Per l'anno educativo 2015-2016 sono attivi 20 asili nido e si sta sperimentando, come prima Azienda italiana, il servizio di scuola materna presso la sede aziendale di via Oriolo Romano a Roma, dove è già presente l'asilo nido.

Alcuni benefici del progetto

- sensibile riduzione delle assenze delle lavoratrici madri con bambini da 0-3 anni in sedi con asili nido, con la conseguente riduzione dei costi legati all'assenteismo
- mancata fruizione dell'intero periodo di congedo parentale o il ricorso al part time da parte dei genitori che hanno beneficiato del servizio
- 537 posti disponibili
- 400 posti occupati
- 2.250 euro di contributo medio
- 1.208.250 euro potenziale
- 900.000 euro effettivo

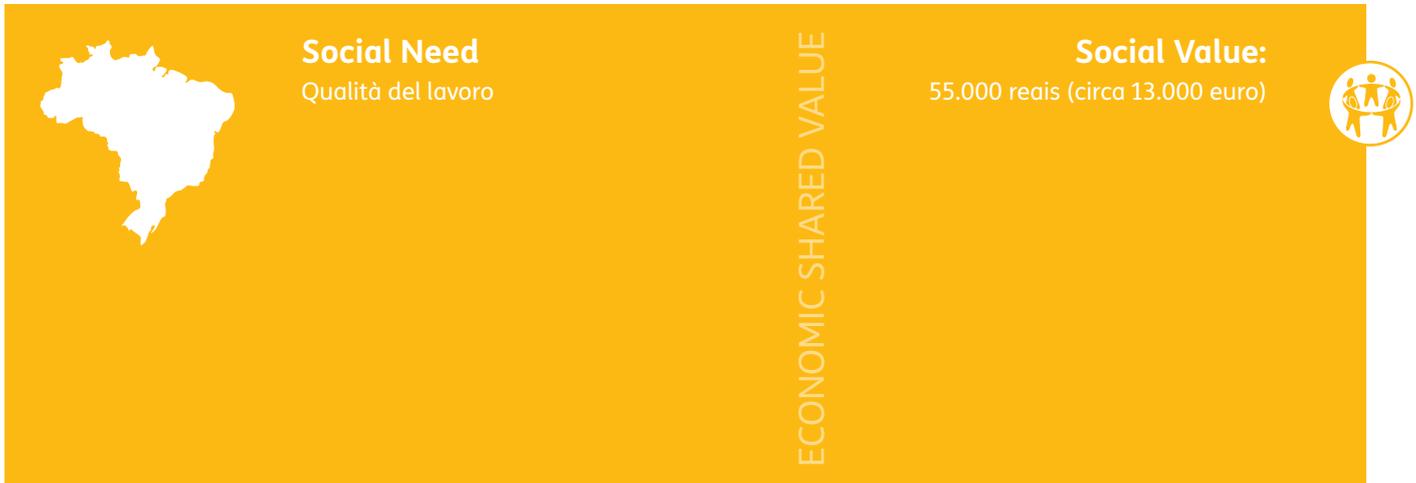


La metodologia

Il Social Value è dato dal contributo medio erogato dall'Azienda (2.250 euro) moltiplicato per i 400 posti occupati negli asili dai figli dei dipendenti.



CITTADINO SENZA FRONTIERE



Lo scenario

Partendo dalla convinzione che insieme si possa costruire un mondo migliore, TIM Brasil incoraggia i propri dipendenti a partecipare ad iniziative di volontariato e solidarietà allo scopo di fare del bene aiutando gli altri.

Grazie al programma “Cittadino senza frontiere” (Cidadão Sem Fronteiras), i dipendenti di TIM Brasil possono scegliere personalmente le organizzazioni cui prestare il proprio servizio oppure partecipare ad azioni solidali promosse all’interno dell’Azienda.

Tutti i dipendenti possono utilizzare un’intera giornata lavorativa all’anno da dedicare ad attività di volontariato verso bambini, giovani, anziani ed intere famiglie attraverso il supporto ad organizzazioni assistenziali. Questo tipo di lavoro concorre alla realizzazione dell’obiettivo annuale di volontariato di TIM Brasil.

Di seguito alcune testimonianze di dipendenti che hanno già partecipato ad attività di volontariato.

“Ho partecipato ad attività di volontariato con la Onlus Sogniamo Insieme. In 15-20 volontari abbiamo visitato diversi ospedali e abbiamo giocato con i bambini ospedalizzati, alcuni gravemente ammalati di tumore, altri in isolamento o in fase post operatoria. Alcuni colleghi hanno collaborato a donare materiali per i giochi. Inoltre, essendo un bellissimo lavoro, non mi è costato nulla farlo e mi ha fatto vedere la vita in maniera differente. Mi sono svagata più io che gli stessi bambini: è impagabile vederli sorridere.”

Fabiana Bochner (Analyst - Accounts Payable - Chief Financial Officer - Rio de Janeiro)

“Fin da quando ero piccola, ero solita partecipare ad iniziative di volontariato con mia madre e ho imparato che la vita deve essere un circolo di buone azioni poiché il bene fatto torna indietro, come in una ruota di amore e carità.

Quando ho iniziato a lavorare in TIM Brasil, ho incontrato altre persone dedite a questo tipo di iniziative. Ho scoperto il programma “Cittadino senza Frontiere” e partendo con un ristretto gruppo di colleghi, abbiamo ampliato il nostro raggio d’azione a tutte le regioni. Non ha senso pensare solo a se stessi: il bene deve essere esteso agli altri innescando atteggiamenti positivi. Credo che la carità sia l’unica strada per imparare a diventare delle persone. Fare del bene agli altri aiuta noi stessi: solo chi partecipa ad iniziative di volontariato può comprenderlo. Ringrazio TIM Brasil per avermi permesso di organizzare queste attività all’interno dell’Azienda.”

Priscilla Emilio (Specialist - People Management - People Value - São Paulo)

Nel 2015, 181 dipendenti di TIM Brasil hanno aderito al programma “Cittadino senza Frontiere”.

La metodologia

Il Social Value è dato dallo stipendio medio giornaliero di un dipendente di TIM Brasil (303 reais) moltiplicato per il numero di giornate di volontariato effettuate nel 2015.



APPENDICE – TABELLE DI DETTAGLIO

Sono di seguito riportati i dati analitici dell'organico aziendale, segmentati secondo le indicazioni dello standard GRI G4, opzione *comprehensive*. Il dato di Gruppo include, oltre alle Business Unit Domestic, Brasile e Media, altre piccolissime entità per un totale di pochissime unità. Seguendo il principio di rilevanza, non è stata inserita una colonna apposita per queste entità.

[G4-10a]

Dipendenti per tipologia di contratto e genere						
	2015		2014		2013	
	Contratto a tempo Indeterminato		Contratto a tempo Indeterminato		Contratto a tempo Indeterminato	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	41.660	24.084	41.753	24.166	41.313	24.182
Domestic	35.521	17.001	35.793	17.180	35.988	17.266
Brasile	6.006	7.036	5.884	6.957	5.256	6.884
Media	52	12	66	22	58	25

	2015		2014		2013	
	Contratto a tempo Determinato		Contratto a tempo Determinato		Contratto a tempo Determinato	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	65	55	55	42	25	21
Domestic	65	55	55	40	24	18
Brasile	0	0	0	0	0	0
Media	0	0	0	0	1	0

[G4-10b]

Dipendenti con contratto a tempo indeterminato e determinato, per tipologia di impiego e genere

Dipendenti con contratto a tempo indeterminato												
	2015				2014				2013			
	Full Time		Part Time		Full Time		Part Time		Full Time		Part Time	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	39.599	15.011	2.061	9.073	39.742	15.039	2.011	9.127	39.155	14.945	2.158	9.237
Domestic	34.523	11.005	998	5.996	34.783	11.107	1.010	6.073	34.904	11.201	1.084	6.065
Brasile	4.944	3.962	1.062	3.074	4.884	3.905	1.000	3.052	4.183	3.715	1.073	3.169
Media	52	11	0	1	66	21	0	1	58	23	0	2

Dipendenti con contratto a tempo determinato												
	2015				2014				2013			
	Full Time		Part Time		Full Time		Part Time		Full Time		Part Time	
	Uomo	Donna										
Gruppo	8	10	57	45	8	8	47	34	2	3	23	18
Domestic	8	10	57	45	8	6	47	34	1	0	23	18
Brasile	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0

**[G4-10c]**

Dipendenti a payroll e lavoratori con contratto di somministrazione per genere

Dipendenti a payroll						
	2015		2014		2013	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	41.725	24.139	41.808	24.208	41.338	24.203
Domestic	35.586	17.056	35.848	17.220	36.012	17.284
Brasile	6.006	7.036	5.884	6.957	5.256	6.884
Media	52	12	66	22	59	25

Lavoratori con contratto di somministrazione						
	2015		2014		2013	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	1	2	3	6	1	3
Domestic	1	1	3	5	1	3
Brasile	0	0	0	0	0	0
Media	0	0	0	1	0	0

[G4-10d]

Dipendenti per area geografica e per genere									
	2015			2014			2013		
	Italia	Estero	Totale	Italia	Estero	Totale	Italia	Estero	Totale
Uomini	35.516	6.209	41.725	35.706	6.102	41.808	35.876	5.499	41.375
Donne	17.038	7.101	24.139	17.172	7.036	24.208	17.276	6.968	24.244
Totale	52.554	13.310	65.864	52.878	13.138	66.016	53.152	12.467	65.619

[G4-10e]

Dipendenti di fornitori che lavorano presso le sedi del Gruppo e le cui attività rientrano nel core business di Telecom Italia ¹						
	2015		2014		2013	
	FTE esterni on site		FTE esterni on site		FTE esterni on site	
FTE esterni on site		1.801		985		1.869

¹ Le uniche operazioni di core business che fanno ricorso a un rilevante apporto del lavoro di dipendenti di fornitori presso le sedi aziendali sono relative allo sviluppo di piattaforme informatiche. I dati nella tabella si riferiscono esclusivamente a questa realtà.

**[G4-LA1a]****Assunzioni per età e area geografica**

	2015			2014			2013		
	<30	>=30; <=50	>50	<30	>=30; <=50	>50	<30	>=30; <=50	<30
Gruppo	2.850	1.346	75	3.917	1.779	114	3.795	1.409	87
Domestic	137	170	43	241	258	82	186	172	51
Brasile	2.712	1.174	32	3.675	1.511	30	3.606	1.237	34
Media	0	0	0	1	10	2	1	0	2

[G4-LA1a]**Assunzioni per genere e area geografica**

	2015		2014		2013	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	1.940	2.331	2.781	3.029	2.111	3.180
Domestic	225	125	384	197	245	164
Brasile	1.715	2.203	2.387	2.829	1.863	3.014
Media	0	0	10	3	2	1

[G4-LA1b]**Turnover per genere e area geografica**

	2015		2014		2013	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	2.029	2.411	2.350	3.058	2.416	3.010
Domestic	431	279	583	306	719	344
Brasile	1.593	2.124	1.763	2.752	1.695	2.664
Media	1	1	2	0	1	1

[G4-LA1b]**Turnover per età e area geografica**

	2015			2014			2013		
	<30	>=30; <=50	>50	<30	>=30; <=50	>50	<30	>=30; <=50	<30
Gruppo	2.397	1.705	338	3.283	1.682	443	3.450	1.588	388
Domestic	162	264	284	129	355	405	267	451	
Brasile	2.235	1.435	47	3.151	1.326	38	3.183	1.133	43
Media	0	1	1	2	0	0	0	2	0



[G4-LA3b]

Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale per genere

	2015		2014		2013	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	172	1.301	191	1.796	177	1.775
Domestic	61	756	81	1.244	71	1.290
Brasile	111	543	110	549	106	483
Media	0	0	0	2	0	1

[G4-LA3c]

Dipendenti che sono rientrati dopo aver usufruito del congedo parentale per genere¹

	2015		2014		2013	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	*	*	189	1.785	175	1.759
Domestic	*	*	80	1.239	71	1.278
Brasile	*	*	109	546	104	473
Media	*	*	0	2	n.d.	n.d.

* Il dato sarà disponibile a chiusura dell'anno 2016

[G4-LA3d]

Dipendenti al lavoro dopo un anno dal termine del congedo parentale per genere²

	2015		2014		2013	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	*	*	160	1.629	145	1.586
Domestic	*	*	76	1.216	70	1.260
Brasile	*	*	84	413	75	326
Media	*	*	0	2	n.d.	n.d.

* Il dato sarà disponibile a chiusura dell'anno 2016

[G4-LA3e]

(return to work rate) Percentuale di dipendenti tornati al lavoro dopo il congedo parentale sul totale dei dipendenti beneficiari del congedo (LAc/LAb)

	2015		2014		2013	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	*	*	99%	99%	99%	99%
Domestic	*	*	99%	100%	100%	99%
Brasile	*	*	99%	99%	98%	98%
Media	*	*	0	100%	n.d.	n.d.

* Il dato sarà disponibile a chiusura dell'anno 2016

¹ Si noti che, nella rappresentazione tabellare, l'anno di pertinenza del rientro del dipendente x non è stato calcolato in base all'anno in cui x è di fatto rientrato, ma in base all'anno in cui x ha preso il congedo. Quindi, se x ha preso il congedo nel 2014 ed è rientrato nel 2015, il suo rientro è comunque riportato nella colonna 2014. Questo è il motivo per cui i dati relativi alla colonna 2014 sono ancora parziali e quindi non ancora pubblicabili.

² Si noti che, nella rappresentazione tabellare, l'anno di pertinenza della persistenza al lavoro del dipendente x non è stato calcolato in base all'anno in cui di fatto x era a lavoro dopo 12 mesi dal congedo, ma in base all'anno in cui x ha preso il congedo. Quindi, se x ha preso il congedo nel 2014 e dopo 12 mesi era ancora al lavoro nel 2015, la sua persistenza al lavoro è comunque riportata nella colonna 2014. Non sapendo ancora chi, dei dipendenti che sono andati in congedo nel 2015, sarà ancora a lavoro dopo 12 mesi, non siamo ancora in grado di calcolare il dato relativo al 2015.

**[G4-LA3e]****(retention rate) Percentuale di dipendenti al lavoro dopo 12 mesi dal termine del congedo parentale sul totale dei dipendenti beneficiari del congedo (LAd/LAb)**

	2015		2014		2013	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	*	*	84%	91%	83%	90%
Domestic	*	*	94%	98%	99%	99%
Brasile	*	*	76%	75%	72%	69%
Media	*	*	n.a.	100%	n.a.	n.a.

* Il dato sarà disponibile a chiusura dell'anno 2016

[G4-LA6a]**Tasso di infortuni sul totale della forza lavoro* (numero infortuni su ore lavorate)**

	2015		2014		2013	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	7,58	3,53	8,12	3,63	7,70	3,19
Domestic	8,70	4,15	9,57	4,80	8,75	4,16
Brasile	0,96	2,31	0,88	1,40	1,63	1,17
Media	22,68	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

*I somministrati non vengono considerati in questo tipo di rilevazione. La loro incidenza a livello Gruppo è comunque bassissima (3 persone al 31.12.2015)

[G4-LA6a]**Tasso di giorni persi sulla forza lavoro* (giorni di infortunio su ore lavorabili)**

	2015		2014		2013	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	0,18	0,12	0,29	0,07	0,17	0,07
Domestic	0,21	0,16	0,35	0,10	0,20	0,09
Brasile	0,01	0,03	0,01	0,01	0,03	0,01
Media	0,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

*I somministrati non vengono considerati in questo tipo di rilevazione. La loro incidenza a livello Gruppo è comunque bassissima (3 persone al 31.12.2015)

[G4-LA6a]**Tasso di assenteismo sul totale della forza lavoro* (totale ore di assenteismo su ore lavorabili)**

	2015		2014		2013	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	5,52	9,94	6,39	10,28	6,87	12,52
Domestic	5,98	11,50	7,14	11,74	7,58	15,07
Brasile	2,69	6,74	2,34	7,27	2,44	6,72
Media	10,62	11,77	12,01	13,01	10,90	10,77

*I somministrati non vengono considerati in questo tipo di rilevazione. La loro incidenza a livello Gruppo è comunque bassissima (3 persone al 31.12.2015)



[G4-LA6a]

Tasso di malattie professionali sul totale della forza lavoro* (numero casi su organico)

	2015		2014	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	0,03	0,00	0,03	0,01
Domestic	0,04	0,01	0,04	0,02
Brasile	0,00	0,00	0,00	0,00
Media	0,00	0,00	0,00	0,00

* Il dato sulle malattie professionali è stato raccolto solo a partire dal 2014, pertanto non è stato possibile riportare anche i dati relativi al 2013.

** I somministrati non vengono considerati in questo tipo di rilevazione. La loro incidenza a livello Gruppo è comunque bassissima (3 persone al 31.12.2015).

[G4-LA9]

Le seguenti tabelle si riferiscono alle attività formative condotte in Telecom Italia SpA segmentate per genere

2015	Ore		Partecipazioni*	Partecipanti	Copertura**
	Totali	Procapite			
Totale	1.338.273	30,3	250.165	38.892	88,0%
Dirigenti	16.176	25,1	3.158	659	102,2%
di cui donne	3.552	31,7	653	114	101,8%
di cui uomini	12.624	23,7	2.505	545	102,3%
Quadri	55.946	16,8	10.681	2.812	84,4%
di cui donne	15.059	16,7	2.686	776	85,7%
di cui uomini	40.887	16,9	7.995	2.037	84,0%
Impiegati	1.266.152	31,5	236.326	35.471	88,2%
di cui donne	289.757	24,5	81.706	10.173	86,1%
di cui uomini	976.395	34,4	154.620	25.298	89,2%

2014	Ore		Partecipazioni*	Partecipanti	Copertura**
	Totali	Procapite			
Totale	1.458.591	33	266.328	43.388	98,2%
Dirigenti	20.576	30,8	3.870	660	98,8%
di cui donne	4.508	42,9	834	105	100%
di cui uomini	16.068	28,5	3.036	555	98,6%
Quadri	63.113	19,6	12.991	3.072	95,6%
di cui donne	17.356	19,9	3.652	818	94%
di cui uomini	45.757	19,5	9.339	2.254	96,2%
Impiegati	1.374.902	34,1	249.467	39.707	98,6%
di cui donne	263.838	22,2	80.882	11.702	98,3%
di cui uomini	1.111.064	39,1	168.585	28.005	98,7%



2013	Ore		Partecipazioni*	Partecipanti	Copertura**
	Totali	Procapite			
Totale	1.405.825	31,7	218.038	42.946	96,8%
Dirigenti	17.967	26,5	1.964	509	75,2%
di cui donne	3.980	39	426	91	89,2%
di cui uomini	13.987	24,3	1.538	418	72,7%
Quadri	73.971	23,8	9.210	2.784	89,6%
di cui donne	21.158	25,8	2.693	731	89,1%
di cui uomini	52.813	23,1	6.517	2.053	89,8%
Impiegati	1.313.887	32,4	206.864	39.667	97,7%
di cui donne	323.310	26,9	63.652	11.539	96%
di cui uomini	990.577	34,7	143.212	28.128	98,4%

* indica il numero complessivo di partecipazioni a momenti formativi nelle diverse forme previste (aula, online, training on the job)

** la copertura si riferisce al dato percentuale di partecipanti rispetto alla consistenza, cioè quante risorse di Telecom Italia S.p.A. in percentuale hanno partecipato ad almeno un evento formativo per singola categoria (dirigenti, quadri, impiegati)

[G4-LA13a]

Rapporto donna/uomo per salario base e rapporto donna/uomo per remunerazione, suddivisi per ciascuna categoria professionale

Italia TI - S.p.A.		2015	2014	2013
Dirigenti	RAL	0,91	0,92	0,93
	RGA	0,90	0,92	0,93
Quadri	RAL	0,95	0,95	0,95
	RGA	0,94	0,94	0,94
Impiegati	RAL	0,95	0,95	0,94
		0,95	0,94	0,96
Brasile		2015	2014	2013
Dirigenti	RAL	0,74	0,76	0,78
	RGA	0,77	0,73	0,80
Quadri	RAL	0,94	0,94	0,94
	RGA	0,94	0,94	0,94
Impiegati	RAL	0,63	0,61	0,58
		0,62	0,62	0,58

RAL = Retribuzione Annuale Lorda, costituita dalla retribuzione fissa ricorrente

RGA = Retribuzione Globale Annuale, costituita dalla Retribuzione Annuale Lorda + bonus erogati nell'anno di riferimento (i bonus possono riferirsi ai sistemi di incentivazione individuali o collettivi, o a titolo di special awards o a titolo di politica meritocratica).



FONDAZIONE TELECOM ITALIA



Le società del Gruppo Telecom Italia sono particolarmente attente alle esigenze delle comunità in cui operano e realizzano iniziative e progetti di ampio respiro finalizzati al loro sviluppo sociale ed economico.

FONDAZIONE TELECOM ITALIA

La missione di Fondazione Telecom Italia (FTI) è promuovere la cultura del cambiamento e dell'innovazione digitale, favorendo l'integrazione, la comunicazione e la crescita economica e sociale.

FTI può operare, in Italia e all'estero, nei modi e con gli strumenti che vengono, di volta in volta, ritenuti idonei per il conseguimento degli scopi statutari.

Coerentemente con la missione sono state individuate quattro aree d'intervento :

- **Istruzione:** innovare didattica e istruzione promuovendo iniziative volte, sia all'aggiornamento tecnologico della scuola italiana, sia all'innovazione profonda di metodologie e strumenti didattici.
- **Cultura dell'innovazione:** diventare il punto di riferimento per la cultura dell'innovazione attraverso un convegno internazionale annuale, due lectures universitarie e pubblicazioni di ricerca sui temi legati al business e alla storia dell'innovazione.
- **Social Empowerment:** promuovere i processi di cambiamento in atto nella società attraverso l'azione delle nuove tecnologie a favore delle imprese sociali, per aiutarle a fare "bene il bene".
- **Patrimonio Storico-Artistico:** contribuire alla tutela del patrimonio famoso in tutto il mondo consentendone la fruizione anche con modalità innovative per rendere il nostro Paese sempre più competitivo.

Le attività della Fondazione si svolgono secondo i criteri riportati di seguito.

MODALITA'	OGGETTIVI STRATEGICI	SELEZIONE E CONTROLLO PROGETTI
<p>FTI agisce attraverso erogazioni i cui criteri e modalità sono stabiliti dal Consiglio di Amministrazione, perseguendo i propri obiettivi attraverso assegnazione di contributi a progetti proposti da soggetti e istituzioni terzi senza fini di lucro, che abbiano i requisiti stabiliti dal Consiglio di Amministrazione. A partire dal 2015 FTI, su specifiche linee operative, predilige porsi direttamente come soggetto operativo, gestendo, quindi, i progetti stessi.</p>	<p>FTI persegue la diffusione della cultura dell'innovazione, allo scopo di favorire la solidarietà e lo sviluppo civile, culturale ed economico. FTI, che si impegna senza discriminazioni di nazionalità, carattere razziale e professione religiosa, intende perseguire istituzionalmente la definizione, la realizzazione, la promozione di iniziative e progetti, operando in particolare modo nei seguenti settori:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Istruzione: si punta all'uso delle tecnologie in una chiave di trasformazione delle metodologie e degli interventi didattici che si basano sul digitale come agente abilitante in termini di educazione e formazione, sia per gli studenti che per gli insegnanti. ■ Cultura dell'innovazione: prevede un programma di lectures annuali e lezioni divulgative nell'ambito della cultura scientifica e tecnologica. ■ Social empowerment: si concretizza nel promuovere, nelle imprese sociali, un migliore utilizzo delle nuove tecnologie insieme ad una buona capacità di gestione ed efficienza, per aiutare sempre più a far "bene il bene". ■ Patrimonio Storico-Artistico: si concretizza nella realizzazione di progetti finalizzati alla diffusione della conoscenza e della fruizione dei beni tramite i nuovi strumenti tecnologici. Che si tratti di un supporto per la digitalizzazione degli archivi di un museo o di strumenti per rilanciare antichi mestieri ed eccellenze artigianali, la scelta progettuale è fatta in base alla fruibilità del risultato a livello collettivo, in un'ottica di arricchimento culturale e sociale a disposizione di tutti. 	<p>FTI nasce nel 2008 come fondazione d'impresa operante in diversi campi, con un approccio globale e multisettoriale, in considerazione delle molteplici esigenze della comunità. Il cuore di FTI è lo spirito d'innovazione, grazie al quale la Fondazione si impegna a lavorare per un'Italia sempre più digitale, avanzata e competitiva, per migliorare le condizioni di vita delle persone. Questo si traduce nella realizzazione di progetti innovativi volti alla promozione e alla diffusione di tematiche scientifiche e tecnologiche e nello sviluppo di modelli, strumenti tecnologici e sistemi a sostegno delle imprese sociali.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ La selezione avviene tenendo conto dell'impatto sociale dei progetti, che devono essere misurabili, sostenibili e replicabili, privilegiando quelli che, in linea con il DNA di Telecom Italia, presentano un elevato contenuto tecnologico, trasformativo e innovativo. ■ Il sistema di monitoraggio viene definito in funzione delle caratteristiche e degli obiettivi specifici di ogni progetto. E' richiesto sia all'interno dei bandi sia nei progetti selezionati direttamente e rappresenta uno dei requisiti di ammissibilità, oltre che un parametro di valutazione.



Il 2015 è stato un anno molto importante per FTI ricco di cambiamenti e attività. Nel 2015 infatti sono state lanciate le **Lezioni sul progresso**: un viaggio che, attraverso 10 tappe (3 nel 2015) ha l'obiettivo di avvicinare i giovani alla cultura scientifica. L'idea di questo format è nata dalla volontà di dar vita ad un modo nuovo di parlare di scienza in stile pop, emotional & contagious contrapponendo la spiegazione tecnica di uno scienziato a quella più fruibile di un personaggio lontano dal mondo accademico e capace di avvicinare temi e messaggi scientifici a un target giovanile. I temi delle lezioni sono scelti tra i più attuali, delicati e dibattuti in campo scientifico e tecnologico, in particolare per le prime tre lezioni sono state le seguenti:

- **Nanotecnologie** con Roberto Cingolani, Direttore scientifico dell'Istituto Italiano di Tecnologia di Genova e l'attrice Claudia Gerini;
- **Neuroscienze** con Salvatore Aglioti, Professore Ordinario di Neuroscienze Cognitive e Psicologia Fisiologica e l'attore Antonio Albanese;
- **OGM** con Michele Stanca, Presidente dell'UNASA e lo chef Davide Oldani.

I risultati già molto positivi, in termini di notorietà sui social network, raggiunti con la prima lezione (760k di Reach e 1.9m di impression su Facebook e 723k di Reach e 9.1m di impression su Twitter) si sono più che raddoppiati con la terza lezione (2.2m di Reach e 5.5m di impression su Facebook e 3.1m di Reach e 94m di impression su Twitter).

Nell'area **istruzione** sono stati avviati tre importanti progetti: "Curriculum Mapping", "I linguaggi della contemporaneità" e "MirRobot".

- Il progetto "Curriculum Mapping" prevede la realizzazione di una piattaforma per la mappatura dei corsi di studio: si tratta di uno strumento atto a facilitare la condivisione dei programmi tra docenti della stessa disciplina e tra scuole dello stesso network educativo, la loro supervisione da parte dei coordinatori didattici, la fruizione ordinata e integrata dei contenuti didattici digitali da parte degli studenti. Mappare il curriculum significa rendere intelligibile, condivisibile e trasparente il curriculum scolastico e le sue componenti.
- Il progetto "I linguaggi della contemporaneità", invece, ha come obiettivo principale il rinvigorismento e aggiornamento della didattica della storia contemporanea nelle scuole superiori, oltrepassando i limiti del binomio manuale-lezione frontale, attraverso un'appropriata integrazione delle strategie narrative tratte da fonti televisive, cinematografiche, teatrali, letterarie e fotografiche. Le 15 classi che hanno partecipato al progetto hanno elaborato una proposta multimediale legata ad uno specifico conflitto moderno sfruttando le possibilità di interazione e complementarietà offerte da una piattaforma sociale digitale.
- Il progetto MirRobot consiste nel dotare l'ITS (Istituto Tecnico Superiore) Biomedicale di Mirandola, città distrutta dal terremoto del 2012, di un laboratorio di automazione e robotica nel settore biomedicale, per offrire agli studenti l'opportunità di formarsi in un settore tecnologico in crescita e sviluppare competenze specifiche utili per l'inserimento nel mondo del lavoro. Il laboratorio che organizza lezioni ed esercitazioni di robotica per corsisti ITS, sarà utile per la formazione continua dei tecnici delle imprese e sarà a disposizione degli studenti del territorio per il loro avvicinamento al mondo dell'innovazione tecnologica.

Nel 2015, inoltre, è arrivato al suo terzo anno il progetto TRIS che prevede l'utilizzo di nuove tecnologie per l'inclusione educativa a beneficio di studenti impossibilitati alla normale frequenza scolastica. La forza innovativa del progetto risiede nel suo agire non solo sul piano dello studente in situazione di svantaggio ma anche su quello delle reti sociali che lo avviluppano. Sul piano dello studente, particolare attenzione è rivolta alla sua accoglienza, al suo pieno inserimento nella vita sociale della classe e in quella più strettamente didattica, attraverso il suo coinvolgimento nelle lezioni e in attività di tipo collaborativo con i compagni, dentro e fuori la scuola.



Nell'area **social empowerment** sono stati realizzati e lanciati:

- “BeeApp” il progetto contro gli sprechi e la fame, realizzato dal Banco Alimentare in collaborazione con FTI. Si tratta di un'applicazione per gli smartphone dedicata alle imprese alimentari che sapranno a chi destinare il cibo non più commerciabile, ma ancora commestibile;
- “DoLine” la prima applicazione collegata ad una piattaforma web che permette di donare medicinali direttamente dal proprio pc, smartphone o tablet tramite carta di credito a coloro che non possono acquistarli per curarsi, contribuendo alla lotta contro la povertà sanitaria.

Infine, si sono svolte due *Call for Ideas* che hanno raccolto oltre 700 proposte di progetti.

Iniziative per il coinvolgimento dei dipendenti

FTI volge lo sguardo anche all'interno dell'impresa fondatrice, con iniziative che promuovono lo spirito di volontariato dei dipendenti del Gruppo, impegnati attivamente nel sociale con enti no profit. Nel 2015, la Fondazione ha confermato un'iniziativa di volontariato d'impresa nella quale sono stati coinvolti molti dipendenti (denominati “angels”) da tutta Italia, che, con passione ed entusiasmo, sostengono la Fondazione nella realizzazione delle proprie attività. Inoltre, si è svolta la seconda edizione di Fondazione #Italiax10 che ha visto la partecipazione delle persone del Gruppo. Ciascun dipendente ha avuto la possibilità di proporre un progetto coinvolgendo un ente del terzo settore.

Per ulteriori informazioni sulle attività di FTI si rimanda al sito fondazionetelecomitalia.it

APPENDICE



RISULTATI 2014 E 2015

Si riportano di seguito i risultati conseguiti a fronte degli obiettivi pubblicati nel precedente Bilancio di sostenibilità per l'anno 2015 e in relazione al solo stakeholder Clienti per l'anno 2014⁽¹⁾.

Telecom Italia S.p.A. – Clienti⁽²⁾

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2014	Consuntivo 2014	Status target 2014(*)	Target 2015
CLIENTI MOBILE	Tempo di attivazione del servizio voce (servizio prepagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo previsto contrattualmente.	%	97	100	●	97
CLIENTI MOBILE	Tempo di attivazione del servizio voce (servizio post-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo previsto contrattualmente.	%	97	99,9	●	97
CLIENTI MOBILE	Servizi di assistenza ai clienti residenziali – Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti.	secondi	35	27	●	**
CLIENTI MOBILE	Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami su addebiti in fattura ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero delle fatture emesse nello stesso periodo (servizio post-pagato).	%	1,2	0,31	●	1,2
CLIENTI MOBILE	Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami riguardanti addebiti su carte prepagate ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero medio di SIM/USIM attive nello stesso periodo (servizio pre-pagato).	%	1,2	0,25	●	1,2
CLIENTI INTERNET	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche attive).	%	95	96,6	●	95
CLIENTI INTERNET	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive).	giorni	9	7	●	9
CLIENTI INTERNET	Malfunzionamenti servizi di accesso a internet a banda larga - Tempo medio di riparazione.	ore	26	17	●	26
CLIENTI INTERNET	Addebiti contestati - Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi a tutti i servizi di accesso a internet (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero totale di fatture emesse nello stesso periodo.	%	1,0	0,45	●	1,4
CLIENTI IPTV	Tempi di risposta assistenza clienti - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	secondi	70	85	●	**
CLIENTI IPTV	Fatture contestate - Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi al servizio IPTV (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero di fatture contenenti addebiti relativi allo stesso servizio (emesse nello stesso periodo di rilevazione)	%	1,0	0,66	●	1,0
CLIENTI IPTV	Disponibilità del servizio IPTV - Indisponibilità media del servizio	ore/anno	36	6,3	●	36

(*) Status Target: ● raggiunto - ● non raggiunto.

(**) La delibera AGCom n. 79/09/CSP che fissa gli obiettivi dei call center è in corso di aggiornamento.

(1) I consuntivi degli obiettivi sopra riportati per il 2015 saranno disponibili nel luglio 2016 sui siti Internet indicati nella nota 2.

(2) L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi mobili, nonché dei relativi obiettivi per il 2015, è disponibile sul sito tim.it. L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi di accesso a internet da rete fissa e IPTV, nonché dei relativi obiettivi per il 2015, è disponibile sul sito telecomitalia.it.



Telecom Italia S.p.A. – Altri stakeholder

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2015	Consuntivo 2015	Status target 2015(*)
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione in tema di salute, sicurezza e ambiente ⁽¹⁾	Ore di formazione	100.000	231.356	●
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – Ore di formazione procapite ⁽¹⁾	Ore di formazione procapite	27	30,3	●
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – Coverage (percentuale di dipendenti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale della popolazione) ⁽²⁾	%	75	88	●
RISORSE UMANE INFORTUNI	Infortuni verificatisi per 100 lavoratori	Numero	1,28	1,27	●
AMBIENTE – ENERGIA	Indicatore di eco-efficienza ⁽³⁾	bit/joule	4.700	4.707	●
AMBIENTE – ENERGIA	Autoproduzione di energia da cogenerazione	GWh	131	130	●
AMBIENTE – EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE	Qualifica SAR ⁽⁴⁾	%	100	110 ⁽⁵⁾	●
AMBIENTE – EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE	Qualifica SAR di altri dispositivi (chiavette USB, tablet e router) tecnologicamente innovativi commercializzati con il marchio TIM	Numero	5	6	●

(1) Il dato comprende la formazione in aula, on line e on the job.

(2) Il dato di coverage è stato calcolato in base alla consistenza media annua del 2015.

(3) L'indicatore è calcolato sul perimetro della BU Domestic. Per ulteriori informazioni sull'indicatore di eco-efficienza cfr. § Ambiente/Energia.

(4) Si tratta della percentuale di cellulari assoggettati a qualifica SAR (Specific Absorption Rate). La percentuale è calcolata sui modelli di terminali cellulari di tipo più diffuso e tecnologicamente innovativi.

(5) Nel 2015 era prevista la qualifica SAR di 20 terminali, ma ne sono stati effettivamente qualificati 22



TIM Brasil

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2015	Consuntivo 2015	Status target 2015(**)
RISORSE UMANE	Formazione (ore totali: in aula, on line e on the job) erogata a dipendenti propri, terziarizzati e stagisti	Ore di formazione	900.000	1.085.614	●
RISORSE UMANE	Formazione sulla sostenibilità (percentuale di dipendenti propri, terziarizzati e stagisti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sui temi della sostenibilità sul totale della popolazione)	%	N/A ⁽¹⁾	90	●
AMBIENTE	Raccolta di cellulari, batterie e altri accessori per destinarli al riciclo	tonnellate	2	1,192	●
AMBIENTE	Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici	%	68	19	●
FORNITORI	Fornitori valutati con criteri di sostenibilità	Numero	60	357	●

(1) Per il 2015 non era stato definito un target perché era allo studio una metodologia diversa per l'individuazione degli obiettivi di formazione su tematiche di sostenibilità.

OBIETTIVI 2016

Di seguito si riportano gli obiettivi per l'anno 2016.



Telecom Italia S.p.A. – Clienti

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2016
Clienti mobile	Tempo di attivazione del servizio voce (servizio pre-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo previsto contrattualmente	%	97
Clienti mobile	Tempo di attivazione del servizio voce (servizio post-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo previsto contrattualmente	%	97
Clienti mobile	Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami su addebiti in fattura ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero delle fatture emesse nello stesso periodo (servizio post-pagato)	%	1,2
Clienti mobile	Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami riguardanti addebiti su carte pre-pagate ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero medio di SIM/USIM attive nello stesso periodo (servizio pre-pagato)	%	1,2
Clienti internet	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche attive)	%	95
Clienti internet	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive)	Giorni	9
Clienti internet	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche provenienti da altro operatore su cui era già attivo con il precedente operatore il servizio di accesso ad internet a banda larga)	%	95
Clienti internet	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche provenienti da altro operatore su cui era già attivo con il precedente operatore il servizio di accesso ad internet a banda larga)	Giorni	15
Clienti internet	Malfunzionamenti servizi di accesso a internet a banda larga - Rapporto tra il numero di segnalazioni di malfunzionamenti effettivi e il numero medio di linee d'accesso a banda larga	%	12
Clienti internet	Malfunzionamenti servizi di accesso a internet a banda larga - Tempo medio di riparazione	Ore	26
Clienti internet	Addebiti contestati - Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi a tutti i servizi di accesso a Internet (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero totale di fatture emesse nello stesso periodo (servizi di accesso a banda larga)	%	1,4



Telecom Italia S.p.A. – Altri stakeholder

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Consuntivo 2015	Target 2016
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione in tema di salute, sicurezza e ambiente ⁽¹⁾	Ore di formazione	231.356	165.000
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – Ore di formazione procapite ⁽¹⁾	Ore di formazione procapite	30,3	30
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – Coverage (percentuale di dipendenti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale della popolazione)	%	88	80
RISORSE UMANE INFORTUNI	Infortuni verificatisi per 100 lavoratori	Numero	1,27	1,24
AMBIENTE – ENERGIA	Indicatore di eco-efficienza ⁽²⁾	bit/joule	4.707	5.300
AMBIENTE – ENERGIA	Autoproduzione di energia da cogenerazione ⁽³⁾	GWh	130	151
AMBIENTE – EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE	Qualifica SAR ⁽⁴⁾	%	110	100
AMBIENTE – EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE	Qualifica SAR di altri dispositivi (chiavette USB, tablet e router) tecnologicamente innovativi commercializzati con il marchio TIM	Numero	6	4

(1) Il dato comprende la formazione in aula, on line e on the job.

(2) L'Indicatore di eco-efficienza è calcolato per la BU Domestic al netto delle attività del Gruppo Olivetti.

(3) Dal 2014 l'obiettivo è esteso a tutta la BU Domestic. Si consideri al riguardo che gli impianti di cogenerazione sono al momento presenti solo in Telecom Italia S.p.A. Si veda la tabella Obiettivi Pluriennali.

(4) Si tratta della percentuale di cellulari/smartphone assoggettati a qualifica SAR (Specific Absorption Rate). La percentuale è calcolata sui modelli di terminali cellulari/smartphone di tipo più diffuso e tecnologicamente innovativi.



TIM Brasil - Obiettivi 2016

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Consuntivo 2015	Target 2016
RISORSE UMANE	Formazione (ore totali: in aula, on line e on the job) erogata a dipendenti propri, terziarizzati e stagisti	Ore di formazione	1.085.614	820.000
RISORSE UMANE	Formazione sulla sostenibilità (percentuale di dipendenti propri, terziarizzati e stagisti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sui temi della sostenibilità sul totale della popolazione)	%	90	90
AMBIENTE	Raccolta di terminali mobili, batterie e altri accessori per destinarli al riciclo	tonnellate	1,192	2
AMBIENTE	Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici	%	19	25
FORNITORI	Fornitori valutati con criteri di sostenibilità	Numero	357	200



BU Domestic – Obiettivi pluriennali – Digital Inclusion

Indicatore	Unità di misura	Consuntivo 2015	Target 2017	Target 2018
Copertura UMTS e HSDPA(*)	%	96	97	//
Copertura Next Generation Plan (telefonia fissa) (**)	%	>42	>75	84
Copertura LTE (*)	%	>88	>95	98

(*) La percentuale si riferisce alla popolazione residente. I valori di copertura possono subire variazioni con riferimento agli aggiornamenti ISTAT e di urbanizzazione.
 (**) La percentuale è determinata dal rapporto tra il numero di unità immobiliari sottese ad “armadi” raggiunti dalla fibra ottica in accesso (o servibili direttamente da centrale se a distanze accettabili) ed il numero totale delle unità immobiliari che hanno attive o hanno avuto in passato linee telefoniche.

BU Domestic – Obiettivi pluriennali – Ambiente

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2015	Consuntivo 2015	Status target	Target 2016	Target 2017	Target 2018
AMBIENTE ENERGIA	Totale energia elettrica acquistata e prodotta	GWh	1.980	2.071	●	2.015	1.974	1.925
AMBIENTE ENERGIA	Autoproduzione di energia da cogenerazione	GWh	131	130	●	151	151	151
AMBIENTE ENERGIA	Indicatore di eco-efficienza	bit/joule	4.700	4.707	●	5.300	6.100	7.250
AMBIENTE EMISSIONI ATMOSFERICHE	Riduzione delle emissioni di CO ₂ da acquisto e produzione di energia elettrica rispetto al 2013	Tonnellate	695.000	697.500	●	680.000	680.000	680.000



GRI CONTENT INDEX FOR “IN ACCORDANCE”- COMPREHENSIVE [G4-32]

GENERAL STANDARD DISCLOSURES

General Standard Disclosures	Page Number	Omissions	External Assurance
STRATEGY AND ANALYSIS			
G4-1	I, II		
G4-2	36, 42, 44		
ORGANIZATIONAL PROFILE			
G4-3	7		
G4-4	8		
G4-5	8		
G4-6	7		
G4-7	8		
G4-8	7, 8		
G4-9	7, 20, 21, 160		
G4-10	161, 188, 189		
G4-11	180		
G4-12	96, 97		
G4-13	7, 8, 9, 97		
G4-14	11, 12, 42, 44		
G4-15	14		
G4-16	14		
IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES			
G4-17	7		
G4-18	58		
G4-19	58		
G4-20	60		
G4-21	60		
G4-22	7		
G4-23	60		
STAKEHOLDER ENGAGEMENT			
G4-24	52		
G4-25	53		
G4-26	53, 54, 58		
G4-27	54		
REPORT PROFILE			
G4-28	213		
G4-29	213		
G4-30	213		
G4-31	217		
G4-32	207		
G4-33	215		

Appendice

GOVERNANCE

G4-34	9, 10, 50	
G4-35	9, 10, 11, 50	
G4-36	10, 11, 50	
G4-37	11, 50	
G4-38	9	
G4-39	10	
G4-40	9, 10	
G4-41	11	
G4-42	10, 11, 50	
G4-43	10	
G4-44	10	
G4-45	11, 12	
G4-46	11, 12	
G4-47	10, 50	
G4-48	11, 50	
G4-49	12	
G4-50	12, 13	
G4-51	13	
G4-52	13	
G4-53	13	
G4-54	182	The ratio between the annual total compensation of the highest paid individual and the median annual total compensation for all employees was not disclosed for confidentiality constraints. It was judged to fall under the category of information subject to the "Policy for the classification and management of confidentiality information" in that the datum, once disclosed and if not properly understood, could cause the company a reputational damage.
G4-55	182	The ratio between the percentage increase in annual total compensation of the highest paid individual and the median percentage increase in annual total compensation for all employees was not disclosed for confidentiality constraints. It was judged to fall under the category of information subject to the "Policy for the classification and management of confidentiality information" in that the datum, once disclosed and if not properly understood, could cause the company a reputational damage.

ETHICS AND INTEGRITY

G4-56	15
G4-57	12
G4-58	12

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES

DMA and Indicators	Page Number	Omissions	External Assurance
CATEGORY: ECONOMIC			
INDIRECT ECONOMIC IMPACTS			
G4-DMA	31, 66, 67, 68, 140		
G4-EC7	45, 66, 67, 68, 69		
G4-EC8	45, 66, 67, 68, 69		
CATEGORY: ENVIRONMENTAL			
COMPLIANCE			
G4-DMA	24, 65		
G4-EN29	24		
CATEGORY: SOCIAL - LABOR PRACTICES AND DECENT WORK			
EMPLOYMENT			
G4-DMA	96, 98, 159, 165, 180		
G4-LA1	161		
G4-LA2	165		
G4-LA3	161		
LABOR/MANAGEMENT RELATIONS			
G4-DMA	159		
G4-LA4	180		
OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY			
G4-DMA	159, 164, 165, 177, 180		
G4-LA5	177, 180		
G4-LA6	161, 179		
G4-LA7	177		
G4-LA8	177, 180		
TRAINING AND EDUCATION			
G4-DMA	159		
G4-LA9	161, 173, 193		
G4-LA10	169		
G4-LA11	166, 167, 168		
DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY			
G4-DMA	159		
G4-LA12	162		
EQUAL REMUNERATION FOR WOMEN AND MEN			
G4-DMA	159, 162		
G4-LA13	161, 183, 194		

CATEGORY: SOCIAL - HUMAN RIGHTS

INVESTMENT

G4-DMA	36, 96
G4-HR1	96
G4-HR2	173, 174

NON-DISCRIMINATION

G4-DMA	36, 39, 100
G4-HR3	37, 42

FREEDOM ASSOCIATION AND COLLECTIVE BARGAINING

G4-DMA	36, 97
G4-HR4	97, 99, 173, 180

CHILD LABOR

G4-DMA	36, 100
G4-HR5	97, 99, 173, 180

FORCED OR COMPULSORY LABOR

G4-DMA	36, 100
G4-HR6	97, 99, 173, 180

SECURITY PRACTICES

G4-DMA	36, 100
G4-HR7	97, 173, 174

INDIGENOUS RIGHTS

G4-DMA	36, 42, 100
G4-HR8	37, 42

ASSESSMENT

G4-DMA	36, 37
G4-HR9	37, 38

SUPPLIER HUMAN RIGHTS ASSESSMENT

G4-DMA	36, 96, 97, 98, 99
G4-HR10	39, 96, 98
G4-HR11	39, 97, 99

HUMAN RIGHTS GRIEVANCE MECHANISMS

G4-DMA	36, 40
G4-HR12	37, 41

CATEGORY: SOCIAL - SOCIETY

LOCAL COMMUNITIES

G4-DMA	140, 142
G4-SO1	142
G4-SO2	143

ANTI-CORRUPTION

G4-DMA	17, 18, 19
G4-SO3	17, 18, 19
G4-SO4	19
G4-SO5	19

PUBLIC POLICY

G4-DMA	24, 29
G4-SO6	24
ANTI-COMPETITIVE BEHAVIOR	
G4-DMA	24, 26
G4-SO7	27
COMPLIANCE	
G4-DMA	24, 65
G4-SO8	27
GRIEVANCE MECHANISMS FOR IMPACTS ON SOCIETY	
G4-DMA	24
G4-SO11	24
CATEGORY: SOCIAL - PRODUCT RESPONSIBILITY	
CUSTOMER HEALTH AND SAFETY	
G4-DMA	80
G4-PR1	80
G4-PR2	81
PRODUCT AND SERVICE LABELING	
G4-DMA	65, 72
G4-PR3	81
G4-PR4	81
G4-PR5	72
MARKETING COMMUNICATIONS	
G4-DMA	65
G4-PR6	77
G4-PR7	82
CUSTOMER PRIVACY	
G4-DMA	65, 83
G4-PR8	83
COMPLIANCE	
G4-DMA	24, 65
G4-PR9	82

ADDITIONAL NON-MATERIAL GRI INDICATORS

DMA and Indicators	Page Number	Omissions	External Assurance
CATEGORY: ECONOMIC			
ECONOMIC PERFORMANCE			
G4-EC1	22		
G4-EC3	165		
CATEGORY: ENVIRONMENTAL			
ENERGY			
G4-EN3	123		
G4-EN5	128		
G4-EN6	123		
WATER			
G4-EN8	130		
EMISSIONS			
G4-EN15	129		
G4-EN16	129		
G4-EN19	129		
EFFLUENTS AND WASTE			
G4-EN23	131		
CATEGORY: SOCIAL - LABOR PRACTICES AND DECENT WORK			
SUPPLIER ASSESSMENT FOR LABOR PRACTICES			
G4-LA14	98		
G4-LA15	99		
LABOR PRACTICES GRIEVANCE MECHANISMS			
G4-DMA	12, 159		
G4-LA16	184		

NOTA METODOLOGICA

PERIMETRO E CRITERI

[G4 -17b] Il Bilancio di sostenibilità segue la stessa area di consolidamento del Bilancio Consolidato, ad eccezione di alcune informazioni evidenziate nel testo o relative alla performance ambientale¹.

Secondo l'approccio triple bottom line² la rappresentazione dei dati economico-finanziari dell'impresa deve avvenire congiuntamente con quella dei risultati ambientali e sociali. L'analisi complessiva della performance aziendale nelle sue tre dimensioni consente di fornire agli stakeholder un'informazione completa ed esaustiva e facilita il corretto bilanciamento di interessi che contribuisce al successo e alla sopravvivenza dell'impresa nel medio e lungo periodo. Per questo motivo, già a partire dal 2003, il Gruppo ha integrato i dati di sostenibilità nel Bilancio Consolidato, anticipando di fatto l'applicazione della Direttiva europea 51/2003, recepita in Italia con il D.Lgs. 2 febbraio 2007, n. 32.

[G4-28], [G4-30] Il Bilancio di sostenibilità³, redatto annualmente sull'anno solare, rispetta le medesime scadenze della Relazione Finanziaria Annuale di Gruppo e utilizza un approccio multi-stakeholder, attraverso l'analisi congiunta delle azioni realizzate nei confronti dei principali portatori di interesse con i quali l'Azienda interagisce. Si basa sulle Sustainability Reporting Guidelines del GRI, versione G4 (opzione comprehensive) e sui principi (inclusività, materialità, rispondenza) dell'AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS 2008), adottato sin dal Bilancio 2009.

Il Bilancio di sostenibilità è elaborato a partire da un sistema di indicatori (KPI - Key Performance Indicators) che misurano la performance aziendale e il grado di raggiungimento degli obiettivi precedentemente stabiliti per le aree su cui l'Azienda produce impatti rilevanti.

I KPI sono stati definiti in base:

- all'analisi del Global Reporting Initiative (GRI), organismo internazionale che sviluppa delle linee guida universalmente applicabili per la stesura dei report di sostenibilità;
- alle indicazioni ricevute degli stakeholder;
- ai questionari inviati dalle principali agenzie di rating ai fini dell'ammissione agli indici azionari di sostenibilità;
- all'esperienza che l'Azienda ha maturato sul tema della sostenibilità in quasi 20 anni.

I KPI sono gestiti su un sistema applicativo dedicato che utilizza la stessa piattaforma utilizzata per il reporting finanziario e il controllo.

L'aderenza del Bilancio di sostenibilità di Telecom Italia allo standard GRI G4, opzione comprehensive, e allo standard AA1000 è verificata dalla società di revisione PricewaterhouseCoopers (cfr. *Relazione della società di revisione*).

¹ Nella performance ambientale sono incluse le informazioni relative alle società che rispettano i seguenti due criteri: più di 300.000 euro di fatturato e più di 40 dipendenti. Inoltre, nei casi in cui il numero dei dipendenti si attesti in un range di + o - 5 unità, rispetto a tale ultimo limite, al fine di mitigare gli effetti di variazioni del numero dei dipendenti da un anno all'altro che, benché lievi, comporterebbero l'inclusione o l'esclusione di talune società dal perimetro di consolidamento, la funzione CSV decide in merito. Su tale ultima base sono state mantenute nel perimetro di consolidamento le due società Telecom Italia San Marino S.p.A. e Telecom Italia Trust Technologies S.r.l., pur in presenza di un numero di dipendenti lievemente inferiore alle 40 unità.

² Tale approccio è stato definito per la prima volta da John Elkington nel 1994 nell'articolo "Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development". California Management Review 36, no. 2: 90-100.

³ **[G4-29]** Il Bilancio di sostenibilità del Gruppo relativo all'esercizio 2015 è stato approvato dal CdA del Gruppo nel marzo 2016.



RELAZIONE INDIPENDENTE SULLA REVISIONE LIMITATA DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2015

Agli Azionisti di
Telecom Italia SpA

Abbiamo svolto un esame limitato (*limited assurance engagement*) del bilancio di sostenibilità (di seguito il “Bilancio”) del Gruppo Telecom Italia (di seguito il “Gruppo”) per l’esercizio chiuso al 31 dicembre 2015.

Responsabilità degli Amministratori per il bilancio di sostenibilità

Gli Amministratori di Telecom Italia SpA sono responsabili per la redazione del Bilancio in conformità alle linee guida *G4 Sustainability Reporting Guidelines* definite nel 2013 dal GRI - Global Reporting Initiative, e ai principi di *Inclusivity, Materiality e Responsiveness* contenuti nell’*AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)*, emanati da AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability), indicati nel paragrafo “Nota Metodologica” del Bilancio di Sostenibilità. Sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un bilancio di sostenibilità che non contenga errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali, nonché per la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti. Gli Amministratori di Telecom Italia SpA sono infine responsabili per l’identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

Responsabilità del revisore

E’ nostra la responsabilità della redazione della presente relazione sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio *International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (ISAE 3000), emanato dall’International Auditing and Assurance Standards Board per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, il cui rispetto

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

Sede legale: Milano 20149 Via Monte Rosa 91 Tel. 02667201 Fax 0266720501 Cap. Soc. Euro 3.700.000,00 i.v. - C.F. e P.IVA e Iscrizione al Reg. Imp. Milano n° 03230150967 - Altri Uffici: **Bari** 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 0805640311 Fax 0805640349 - **Bologna** 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 0516186211 - **Cagliari** 09125 Viale Diaz 29 Tel. 0706848774 - **Firenze** 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 0552482811 Fax 0552482899 - **Genova** 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 01029041 - **Napoli** 80121 Via dei Mille 16 Tel. 08136181 - **Padova** 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049873431 Fax 0498734399 - **Palermo** 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 0916256313 Fax 0917829221 - **Roma** 00154 Largo Fochetti 28 Tel. 06570831 Fax 06570832536 - **Torino** 10122 Corso Palestro 10 Tel. 0115773211 Fax 0115773299 - **Treviso** 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422315711 Fax 0422315798 - **Trieste** 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0403480781 Fax 040364737 - **Verona** 37135 Via Francia 21/C Tel. 0458263001

Società soggetta all’attività di direzione e coordinamento della PricewaterhouseCoopers Italia Srl
www.pwc.com/it



confermiamo anche ai sensi dell'*AA1000 AccountAbility Assurance Standard (2008)*, non avendo effettuato attività o servizi per il Gruppo che avrebbero potuto generare un conflitto con il nostro profilo di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una sicurezza limitata che il bilancio di sostenibilità non contenga errori significativi. Tali procedure hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel bilancio di sostenibilità, analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

Le procedure svolte sul Bilancio hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e per la definizione della qualità del bilancio di sostenibilità, nei quali si articolano le *G4 Sustainability Reporting Guidelines* e l'*AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)*, e sono riepilogate di seguito:

- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel bilancio di sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2015, sul quale abbiamo emesso la relazione ai sensi degli artt. 14 e 16 del DLGS. 27.1.2010, N.39, in data 4 aprile 2016;
- analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile inerenti la strategia e l'operatività del Gruppo;
- analisi del processo di definizione degli aspetti significativi rendicontati nel Bilancio, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di priorità degli aspetti significativi per le diverse categorie di *stakeholder* e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Bilancio. In particolare, abbiamo svolto:
 - interviste e discussioni con i delegati di Telecom Italia SpA, TIM Brasil Serviços, TIM Participações SA e Fondazione Telecom Italia, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del Bilancio, nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio in conformità ai principi di *Inclusivity, Materiality e Responsiveness* contenuti nell'*AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)*;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel bilancio di sostenibilità;



- analisi della conformità e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo “Responsabilità degli Amministratori per il bilancio di sostenibilità” della presente relazione;
- analisi del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate, mediante l’analisi dei verbali riassuntivi o dell’eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di Telecom Italia SpA, sulla conformità del Bilancio alle linee guida indicate nel paragrafo “Responsabilità degli Amministratori per il bilancio di sostenibilità”, nonché sull’attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

Il nostro esame ha comportato un’estensione di lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l’ISAE 3000 (*reasonable assurance engagement*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Conclusione

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il bilancio di sostenibilità del Gruppo Telecom Italia al 31 dicembre 2015 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida *G4 Sustainability Reporting Guidelines* definite nel 2013 dal GRI - Global Reporting Initiative e ai principi *AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)* come descritto nel paragrafo “Nota Metodologica” del bilancio di sostenibilità.

Torino, 7 aprile 2016

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

Paolo Bersani
(Partner)

[G4-31]

Contatti

Corporate Shared Value
Telecom Italia S.p.A.
Via G. Negri, 1
20123 Milano
Tel.: +39 02 8595 4824

www.telecomitalia.com

Invia i tuoi suggerimenti a:
groupsustainability@telecomitalia.it

